

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian pada dasarnya merupakan suatu cara yang ditempuh untuk mencapai suatu tujuan, sedangkan tujuan dari penelitian adalah mengungkapkan, menggambarkan, dan menyimpulkan hasil pemecahan masalah melalui cara tertentu sesuai dengan prosedur penelitiannya. Metode penelitian akan mengarahkan penelitian pada tujuan penelitian. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2018:2).

Penelitian yang dilakukan di Hotel Sukajadi Bandung, peneliti mengambil metode penelitian metode kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme* digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian analisis data bersifat kuantitatif/ statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018:7).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2018:35), Metode penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan dengan variabel lain yang diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan. Sedangkan penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2018:36) adalah suatu penelitian yang

ditujukan untuk menguji teori dan akan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni status hipotesa yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesa diterima atau ditolak. Metode deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan di Hotel Sukajadi Bandung, bagaimana tanggapan konsumen mengenai citra perusahaan di Hotel Sukajadi Bandung, dan bagaimana tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian di Hotel Sukajadi Bandung.

Metode verifikatif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji rumusan masalah nomor empat, yaitu seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap keputusan pembelian di Hotel Sukajadi Bandung baik secara parsial maupun simultan.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Variabel merupakan suatu atribut, nilai atau sifat dari objek, individu atau kegiatan yang mempunyai banyak variasi tertentu antara satu dan lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan cari informasinya serta ditarik kesimpulannya. Aspek yang diteliti dalam penelitian ini meliputi variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X_1), citra perusahaan (X_2), dan variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y).

Operasionalisasi variabel pada penelitian merupakan unsur penelitian yang terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul. Operasionalisasi variabel digunakan agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya, maka peneliti harus memasukkan

proses atau operasional alat ukur yang akan digunakan untuk kuantifikasi gejala atau variabel yang ditelitinya.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian meliputi faktor-faktor yang berperan ketika proses penelitian itu sendiri. Variabel penelitian ini sangat ditentukan oleh landasan teoritis dan kejelasannya yang ditegaskan oleh hipotesis penelitian. Oleh karena itu, jika landasan teori dalam suatu penelitian berbeda maka akan berbeda pula hasil variabelnya. Kemudian variabel-variabel yang hendak digunakan perlu penetapan, klasifikasi, dan identifikasi. Luas dan sempitnya variabel penelitian juga dapat menentukan jumlah variabel yang akan digunakan. 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. Penelitian ini ada dua variabel yang digunakan yaitu variabel independen dan variabel dependen. Berikut penjelasannya:

a. Variabel Independen

Variabel ini mempunyai pengaruh atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel lain, sehingga bisa dikatakan bahwa perubahan yang terjadi pada variabel ini diasumsikan akan mengakibatkan terjadinya perubahan variabel lain. Menurut Sugiyono (2018:39) mendefinisikan variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang termasuk variabel independen adalah:

1. Kualitas Pelayanan (X_1)

Menurut Parasuraman yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2016:283) adalah sebagai berikut “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

2. Citra Perusahaan (X_2).

Menurut Gregory (2013:63) adalah sebagai berikut “citra perusahaan merupakan kombinasi dampak terhadap observer dari semua komponen-komponen verbal maupun visual perusahaan baik yang direncanakan ataupun tidak direncanakan atau dari pengaruh eksternal lainnya.

- b. Variabel Dependen

Variabel terikat adalah variabel yang keberadaannya menjadi suatu akibat dikarenakan adanya variabel bebas. Disebut variabel terikat karena kondisi atau variasinya terikat dan dipengaruhi oleh variasi variabel lain. Menurut Sugiyono (2018:39) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian konsumen yang diberi simbol Y. Kotler dan Keller (2016:199) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai *“In the evaluation stage, the consumer forms preferences among the brands in the choice set and may also form an intention to buy the most preferred brand”*.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Penelitian ini terdiri dari tiga variabel yang akan diteliti, yaitu kualitas pelayanan (X_1) dan citra perusahaan (X_2) sebagai variabel bebas, serta keputusan

pembelian (Y) sebagai variabel terikat. Berikut ini disajikan tabel mengenai konsep dan indikator variabel penelitian yang dicantumkan pada tabel 3.1.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Kualitas Pelayanan (X₁) “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan”. (Parasuraman, dikutip oleh Fandy Tjiptono 2014:283)	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	Kehandalan karyawan dalam melayani konsumen	Tingkat kehandalan karyawan dalam melayani konsumen	Ordinal	1
		Kehandalan karyawan dalam menyediakan jasa sesuai waktu yang dijanjikan	Tingkat kehandalan karyawan dalam menyediakan jasa sesuai waktu yang dijanjikan	Ordinal	2
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Kesigapan pelayanan	Tingkat kesigapan pelayanan dalam menjawab pertanyaan/kelebihan konsumen	Ordinal	3
		Kecepatan dalam melayani konsumen	Tingkat kecepatan dalam melayani konsumen	Ordinal	4
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	Rasa percaya konsumen kepada karyawan hotel	Tingkat kepercayaan konsumen terhadap karyawan	Ordinal	5
		Keamanan dalam melakukan transaksi	Tingkat keamanan dalam melakukan transaksi	Ordinal	6
	Empati (<i>Empathy</i>)	Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan konsumen	Tingkat kesungguhan karyawan dalam mengutamakan kepentingan konsumen	Ordinal	7

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Kualitas Pelayanan (X₁)	Empati (<i>Empathy</i>)	Karyawan bersikap ramah terhadap konsumen	Tingkat keramahan karyawan terhadap konsumen	Ordinal	8
	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	Fasilitas yang disediakan memadai	Tingkat kelayakan fasilitas yang disediakan	Ordinal	9
		Penampilan karyawan	Tingkat kerapihan penampilan karyawan	Ordinal	10
Citra Perusahaan (X₂) “Citra perusahaan adalah kesan, perasaan, gambaran dari public terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi”. Shirley Harrison (2007:61)	Kepribadian <i>Personality</i>	Kepercayaan konsumen terhadap perusahaan	Tingkat kepercayaan konsumen terhadap perusahaan	Ordinal	11
		Memiliki tanggung jawab sosial	Tingkat tanggung jawab sosial perusahaan	Ordinal	12
	Reputasi <i>Reputation</i>	Keyakinan pelanggan dari hasil kinerja pelayanan	Tingkat keyakinan konsumen terhadap kinerja pelayanan	Ordinal	13
		Keyakinan akan pengalaman konsumen	Tingkat keyakinan terhadap pengalaman konsumen	Ordinal	14
	Nilai <i>Value</i>	Kepedulian manajemen terhadap konsumen	Tingkat kepedulian manajemen terhadap konsumen	Ordinal	15
		Sikap karyawan yang sopan terhadap konsumen	Tingkat kesopanan karyawan terhadap konsumen	Ordinal	16
	Identitas Perusahaan <i>Corporate Identity</i>	Pengetahuan logo perusahaan	Tingkat pengetahuan logo perusahaan	Ordinal	17

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Keputusan Pembelian (Y) Sebagai tahap keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk di alih bahasakan oleh Benyamin Molan (2013:184)	Pilihan Produk	Keputusan pembelian berdasarkan kebutuhan jasa	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan kebutuhan jasa	Ordinal	18
		Keputusan pembelian berdasarkan keberagaman jasa	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan keberagaman jasa	Ordinal	19
	Pilihan Merek	Keputusan pembelian berdasarkan kepercayaan hotel	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan kepercayaan hotel	Ordinal	20
		Keputusan pembelian berdasarkan popularitas hotel	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan popularitas hotel	Ordinal	21
	Pilihan Penyalur	Keputusan pembelian berdasarkan lokasi	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan lokasi	Ordinal	22
		Keputusan pembelian berdasarkan kemudahan mendapatkan jasa	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan kemudahan mendapatkan jasa	Ordinal	23
	Jumlah Pembelian	Keputusan pembelian berdasarkan jumlah pembelian	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan jumlah pembelian	Ordinal	24
	Waktu Pembelian	Keputusan pembelian berdasarkan waktu pembelian	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan waktu pembelian	Ordinal	25
	Metode Pembayaran	Keputusan pembelian berdasarkan metode pembayaran	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan metode pembayaran	Ordinal	26

Sumber: Data Diolah

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Untuk mempermudah pengolahan data maka penulis akan mengambil bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel. Dengan menggunakan sampel, peneliti akan lebih mudah mengolah data dan hasil yang didapat akan lebih kredibel. Sampel penelitian diperoleh dari teknik *sampling* tertentu.

3.3.1 Populasi

Populasi bukan hanya orang tapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/ subyek yang dipelajari dan diteliti, tetapi meliputi karakteristik/ sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Sugiyono (2018:80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah jumlah okupansi Hotel Sukajadi Bandung, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.2
Data Jumlah Okupansi Hotel Sukajadi Bandung Tahun 2018

No.	Bulan	Jumlah
1.	Januari	1337
2.	Februari	1285
3.	Maret	1581
4.	April	2265
5.	Mei	2221

No.	Bulan	Jumlah
6.	Juni	1337
7.	Juli	2782
8.	Agustus	2265
9.	September	2479
10.	Oktober	1949
11.	November	1271
12.	Desember	2186
	Total	22958
	Rata-rata	1913

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan Tabel 3.2 di atas, dapat dilihat bahwa jumlah populasi Hotel Sukajadi adalah sebanyak 22.958 orang. Jumlah rata-rata pengunjung perbulannya yaitu 1.913 orang.

3.3.2 Sampel

Sampel yang baik, yang kesimpulannya dapat dikenakan pada populasi, adalah sampel yang bersifat representatif atau yang dapat menggambarkan karakteristik populasi. Sampel merupakan bagian populasi penelitian yang digunakan untuk memperkirakan hasil dari suatu penelitian. Menurut Sugiyono (2018:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana, dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka peneliti harus mengambil sampel yang benar-benar representatif (dapat mewakili).

Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut:

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

Sumber: Riduwan dan Kuncoro (2013:210)

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) (tingkat kesalahan yang diambil dalam *sampling* ini adalah sebesar 10%)

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dengan menggunakan rumus Slovin, ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{1913}{1 + 1913(0,1)^2} = 99,63 \approx 100$$

Jadi diketahui perhitungan untuk sampel dengan tingkat kesalahan 10% adalah sebanyak 100 responden. Kuesioner disebarakan kepada sampel penelitian secara acak kepada konsumen Hotel Sukajadi Bandung.

3.3.3 Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* adalah teknik yang dilakukan untuk menentukan sampel. Jadi, sebuah penelitian yang baik haruslah memperhatikan dan menggunakan sebuah teknik dalam menetapkan sampel yang akan diambil sebagai subjek penelitian. Menurut Sugiyono (2018:81) menjelaskan bahwa teknik *sampling* 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*.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2018:84) *non probability sampling* adalah teknik pengambilan

sampel yang tidak memberikan peluang/ kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *non probability sampling* terdiri dari *sampling sistematis*, *sampling kuota*, *sampling incidental*, *sampling jenuh*, dan *snow ball sampling*. Pada penelitian ini peneliti menggunakan *sampling incidental*, menurut Sugiyono (2018:85) *sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dipandang cocok sebagai sumber data.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara (Sugiyono 2018:137). Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan survei dan melakukan pengumpulan data sebanyak mungkin, dengan menggunakan beberapa metode, yaitu:

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.

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilaksanakan dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab kepada *marketing manager* Hotel Sukajadi Bandung. Hal ini dilakukan untuk menggali,

mengumpulkan, dan menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian.

c. Kuesioner

Kuesioner yaitu dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang sudah disiapkan secara tertulis dengan menyebarkan angket dan disertai dengan alternatif jawaban yang akan diberikan kepada responden, yaitu konsumen Hotel Sukajadi Bandung. 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 kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan keputusan pembelian di Hotel Sukajadi Bandung.

2. Studi Kepustakaan

Data kepustakaan diperoleh melalui literatur-literatur yang digunakan sebagai bahan referensi untuk menyusun kajian pustaka atau teori-teori penelitian.

a. Jurnal penelitian

Jurnal penelitian adalah penelaahan terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan secara ilmiah.

b. Internet

Internet berfungsi untuk mencari data-data yang berhubungan dengan penelitian yang dipublikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal, makalah ataupun karya tulis.

c. Buku

Data sekunder dapat diperoleh dari buku yang berhubungan dengan masalah yang diteliti yang akan digunakan sesuai dengan kebutuhan peneliti.

3.5 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data pada penelitian kuantitatif merupakan hasil pengolahan data atas jawaban yang diberikan responden terhadap pernyataan dari setiap item kuesioner. Setelah data dari seluruh responden terkumpul, maka peneliti melakukan pengelompokan 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 untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (kualitas pelayanan dan citra perusahaan) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

3.5.1 Uji Instrumen

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. Keabsahan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan. Untuk menguji keabsahan tersebut diperlukan dua macam

pengujian yaitu uji validitas (*test of validity*) dan uji reliabilitas (*test of reliability*).

Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas.

Validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas untuk menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat konsistensi pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau dengan kata lain sejauh mana pernyataan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan tersebut.

3.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang bertujuan untuk menilai apakah seperangkat alat ukur sudah tepat mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas menurut Sugiyono (2018:125) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Pengujian ini dilakukan untuk menguji kesalahan setiap item pertanyaan mengukur variabelnya. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor masing-masing pernyataan item yang ditujukan kepada responden dengan total untuk seluruh item.

Cara untuk mencari nilai validitas dari sebuah item adalah dengan mengkorelasikan skor item tersebut dengan total skor item-item dari variabel

tersebut, apabila nilai korelasi diatas 0,3 maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat kevalidan yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,3 maka dikatakan item tersebut kurang valid. Metode korelasi yang digunakan adalah *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden

x = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item (jawaban responden)

y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas, atau keandalan adalah konsistensi dari serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur. Hal tersebut bisa berupa pengukuran dari alat ukur yang sama (tes dengan tes ulang) akan memberikan hasil yang sama atau untuk pengukuran yang lebih subjektif, apakah dua orang penilai memberikan skor yang mirip (reliabilitas antar penilai). Pengertian reliabilitas menurut Sugiyono (2018:130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan.

Reliabilitas dinyatakan dengan koefisien *Alpha Cronbach* (C_a) merupakan statistik

yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar atau sama 0,60. Bila kriteria pengujian terpenuhi maka kuesioner dinyatakan reliabel. Skala dikelompokkan dalam lima kelas dengan *range* atau rentang nilai yang sama, ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai *Alpha Cronbach* 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
2. Nilai *Alpha Cronbach* 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
3. Nilai *Alpha Cronbach* 0,41 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
4. Nilai *Alpha Cronbach* 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
5. Nilai *Alpha Cronbach* 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel

3.5.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk menilai karakteristik dari sebuah data. Pengertian analisis deskriptif yang dikemukakan oleh Sugiyono (2018: 147) sebagai berikut:

“Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.”

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri dan variabel penelitian. Metode yang digunakan adalah sebagai

berikut: hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan (kuesioner/ angket). Dimana kualitas pelayanan (variabel X_1), citra perusahaan (variabel X_2) dan keputusan pembelian (variabel Y), setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot/nilai yang berbeda. Hasil penyebaran kuesioner tersebut selanjutnya dicari rata-ratanya dengan menggunakan rumus berikut:

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

Pilihan jawaban akan diberikan skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (item positif) atau tidak mendukung pernyataan (item negatif). Menurut Sugiyono (2018:93) skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden tentang fenomena sosial.

Menggunakan skala *likert* maka variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan baik bersifat *favorable* (positif) ataupun *unfavorable* (negatif), dengan skala ini akan memberikan kemudahan kepada responden dalam menjawab serta memberikan kemudahan kepada penulis untuk dapat mengolah data. Pada tahap selanjutnya indeks dihitung dengan metode *mean*, yaitu membagi total skor dengan jumlah responden. Adapun alternatif jawaban dengan menggunakan skala *likert*, yaitu sebagai berikut yang ditunjukkan pada tabel 3.3.

Tabel 3.3
Skala Likert

No.	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1.	SS (Sangat Setuju)	5
2.	ST (Setuju)	4
3.	KS (Kurang Setuju)	3
4.	TS (Tidak Setuju)	2
5.	STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber: Sugiyono (2018:94)

Pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan kedua variabel diatas (variabel bebas dan variabel terikat) dalam operasionalisasi variabel ini semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pertanyaan-pertanyaan tipe skala *likert*. Cara untuk menganalisis setiap pertanyaan atau indikator, hitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan jumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, selanjutnya peneliti membuat garis kontinum.

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

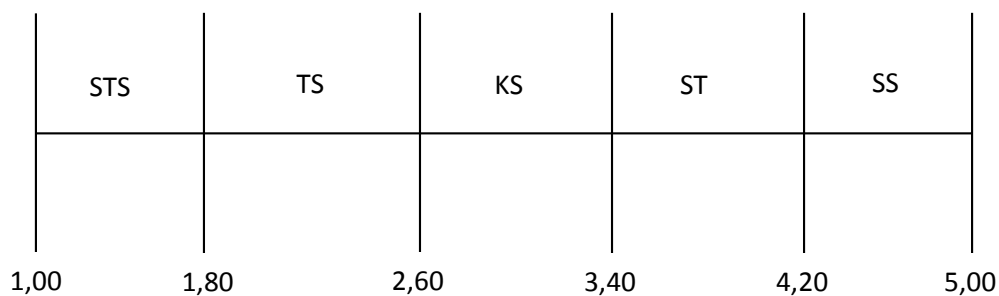
Setelah nilai rata-rata maka jawaban telah diketahui kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu tabel kontinum, yaitu sebagai berikut:

- a. Indeks Minimum : 1
- b. Indeks Maksimum : 5
- c. Interval : $5 - 1 = 4$
- d. Jarak Interval : $(5 - 1) : 5 = 0,8$

Tabel 3.4
Kategori Skala

Skala		Kategori
1,00	1,80	Sangat Tidak Setuju (STS)
1,81	2,60	Tidak Setuju (TS)
2,61	3,40	Kurang Setuju (KS)
3,41	4,20	Setuju (ST)
4,21	5,00	Sangat Setuju (SS)

Sumber: Sugiyono (2018:97)



Gambar 3.1
Garis Kontinum

Sumber: Sugiyono (2018:95)

3.5.3 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan dalam penelitian untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2018:69). Dalam penelitian ini, ada beberapa metode statistik yang digunakan penulis seperti analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, dan analisis koefisien determinasi.

3.5.3.1 *Method Of Successive Interval (MSI)*

Data yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner masih dalam bentuk skala ordinal. Peneliti harus merubah data tersebut dari skala ordinal menjadi skala interval. Hal tersebut karena peneliti menggunakan metode analisis linier berganda dalam pengolahan datanya.

Metode analisis linier berganda yang akan dianalisis harus dirubah menjadi data dalam bentuk skala interval karena penulis melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang didapat dari skala ordinal masih

berupa kalimat sehingga harus dirubah menjadi angka-angka yaitu skala interval. Perubahan data dari skala ordinal menjadi skala interval dengan menggunakan teknik *Method of Successive Interval* (MSI). Langkah-langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Menentukan frekuensi tiap responden (berdasarkan kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pertanyaan).
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut dengan proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Menentukan nilai skala (scale value/SV)

$$SV = \frac{\text{Density at lower limit} - \text{Density at Upper limit}}{\text{Area Under Upper limit} - \text{Area Under Lower limit}}$$

6. Menghitung skor hasil informasi untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan rumus:

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1 [SV_{min}]$$

3.5.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda adalah model regresi linear dengan melibatkan lebih dari satu variable bebas atau *predictor*. Dalam bahasa inggris, istilah ini disebut dengan *multiple linear regression*. Analisis ini untuk mengetahui arah

hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel X_1 (kualitas pelayanan), dan X_2 (citra perusahaan), dan Y (keputusan pembelian). Persamaan regresi linier ganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Sumber: Sugiyono (2018:188)

Keterangan:

Y = Variabel Terikat (Keputusan Pembelian)

α = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien regresi

X_1 = Variabel bebas (kualitas pelayanan)

X_2 = Variabel bebas (citra perusahaan)

e = Standar error/ variabel pengganggu

3.5.3.3 Analisis Korelasi Ganda

Analisis korelasi berganda yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel X_1 (kualitas pelayanan) dan X_2 (citra perusahaan) dan Y (keputusan pembelian).

Berikut adalah rumus analisis korelasi ganda:

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

Keterangan:

R^2 = Koefisien korelasi ganda

$JK(reg)$ = Jumlah kuadrat dalam bentuk deviasi

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total korelasi dalam bentuk deviasi

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

1. Apabila $R = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X dan variabel Y semua positif sempurna.
2. Apabila $R = -1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X dan variabel Y semua negatif sempurna.
3. Apabila $R = 0$, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel X dan variabel Y.
4. Apabila R berada diantara -1 dan 1, maka tanda negatif (-) menyatakan adanya korelasi tidak langsung atau korelasi negatif. Dan tanda positif (+) menyatakan adanya korelasi langsung atau korelasi positif.

Interprestasi terhadap hubungan korelasi atau seberapa besarnya pengaruh variabel-variabel tidak bebas yang menjelaskan mengenai interprestasi terhadap kuatnya hubungan korelasi, seperti tertera pada tabel 3.5.

Tabel 3.5
Interpretasi 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)

Hasil perhitungan korelasi dapat negatif atau positif maka koefisien dibatasi antara -1 sampai 1. Bila nilai koefisien korelasi negatif berarti kedua variabel tersebut saling terbalik.

3.5.3.4 Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Koefisien determinasi dengan simbol r^2 merupakan proporsi variabilitas dalam suatu data yang dihitung didasarkan pada model statistik. Definisi berikutnya menyebutkan bahwa r^2 merupakan rasio variabilitas nilai-nilai yang dibuat model dengan variabilitas nilai data asli. Secara umum r^2 digunakan sebagai informasi mengenai kecocokan suatu model. Analisis determinasi simultan digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel kualitas pelayanan (X_1) dan citra perusahaan (X_2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) secara simultan. Menurut Sugiyono (2018:292), rumus untuk menghitung koefisien determinasi yang telah dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

R^2 = Koefisien korelasi ganda

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

3.5.3.5 Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien korelasi parsial dimaksudkan untuk mencari tahu seberapa kuat, hubungan salah satu atau beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat secara

parsial, tidak simultan atau bersama-sama. Analisis determinasi parsial digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh dari salah satu variabel independen X_1 dan X_2 (kualitas pelayanan dan citra perusahaan) terhadap variabel dependen Y (keputusan pembelian) secara parsial. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi parsial yaitu:

$$Kd = \beta \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Keterangan:

β = Beta (nilai *standardized coefficients*)

Zero order = Matrik korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila :

$Kd = 0$, Berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y , rendah

$Kd = 1$, Berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y , tinggi

3.5.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidak ada pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap keputusan pembelian, secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a).

1. Pengujian hipotesis secara simultan (Uji F)

Pengujian ini menggunakan Uji F dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis.

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap keputusan pembelian konsumen.

$H_1 : b_1 = b_2 \neq$,terdapat pengaruh secara simultan variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap keputusan pembelian konsumen.

- b. Menentukan tingkat signifikan,yaitu 5% atau 0,05 dan derajat bebas (db) = $n - k - 1$, untuk mengetahui daerah F_{tabel} sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis.
- c. Menghitung nilai F_{hitung} untuk mengetahui apakah variabel-variabel koefisien korelasi signifikan atau tidak. dengan rumus sebagai berikut:

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

Sumber : Sugiyono (2018:192)

Keterangan :

R^2 = Koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan

K = Banyaknya variabel bebas

N = Ukuran sample

F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

$(n-k-1)$ = Derajat kebebasan

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

Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{table} \rightarrow H_a$ diterima (signifikan)

Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{table} \rightarrow H_a$ ditolak (tidak signifikan)

2. Pengujian hipotesis secara parsial (Uji t)

Pengujian dilakukan dengan uji statistik dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis

1. $H_0 : b_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

$H_1 : b_1 \neq 0$, terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

2. $H_0 : b_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan pembelian.

$H_1 : b_2 \neq 0$, terdapat pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan pembelian.

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus uji t dengan taraf signifikan 5%, dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber: Sugiyono (2018:184)

Keterangan :

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

Kemudian hasil hipotesis t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} , dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_0 ditolak.

3.6 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam 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 pelayanan dan citra perusahaan terhadap 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 sudah disediakan.

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Hotel Sukajadi Bandung yang beralamat di Jl. Sukajadi No. 176, Pasteur, Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat 40161. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2018 sampai dengan bulan Februari 2019.