

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2017:11), pengertian kedua penelitian tersebut adalah sebagai berikut : penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau hubungan dengan variabel lain. Sedangkan penelitian verifikatif 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. Penelitian verifikatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik.

Dalam penelitian ini metode **deskriptif** digunakan untuk mengetahui dan mengkaji bagaimana pendapat konsumen mengenai kualitas produk dan harga sepeda motor Yamaha Nmax di Yamaha Bahana Cahaya Sejati Bandung. Sedangkan metode **verifikatif** digunakan untuk mengetahui dan mengkaji besarnya pengaruh promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Nmax di Yamaha Bahana Cahaya Sejati Bandung.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Definisi variabel menjelaskan tentang pengertian masing-masing variabel, sedangkan operasional variabel menjelaskan tentang variabel penelitian, konsep variabel, indikator, sub indikator, dan skala ukur.

3.2.1 Definisi Variabel

Menurut Sugiyono (2017:38) mengemukakan bahwa variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini ada dua variabel yang digunakan yaitu variabel independen dan variabel dependen. Berikut penjelasannya :

a. Variabel independen

Menurut sugiyono (2017:39) 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 Produk (X_1)

Kualitas Produk menurut Kotler dan Keller (2016:156), "*Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs*". Dimana, Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik suatu produk atau layanan yang memikul kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan.

2. Harga (X_2)

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:312), Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

b. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2017:39) 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 symbol (Y). Menurut Kotler dan Armstrong (2014:158), *Consumer buyer behavior refers to the buying behavior of final consumers – individuals and households that buy goods and services for personal consumption*, pengertian tersebut dapat diartikan bahwa perilaku keputusan pembelian mengacu pada perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual, maupun rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Tidak hanya mengamati keputusan pembelian konsumen di tempat yang diteliti, pemasar atau pemilik perusahaan yang diteliti juga harus mengamati kepuasan pasca pembelian, tindakan pasca pembelian, dan penggunaan produk pasca pembelian. Dengan mengamati kepuasan pasca pembelian, tindakan pasca pembelian, dan penggunaan produk pasca pembelian pemasar atau pemilik perusahaan yang diteliti akan mengetahui sejauh mana keinginan dan kebutuhan konsumennya terpenuhi.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel merupakan indikator yang digunakan dalam penyusunan penelitian. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti, yang terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas yang pertama yaitu (x_1) kualitas produk, variabel bebas yang kedua yaitu (x_2) harga.

Kemudian satu-satunya variabel terikat dalam penelitian ini adalah (y) keputusan pembelian. Berikut penulis sajikan operasional variabel yang digunakan dalam penelitian pada 3.1 adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel dan konsep variable	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
Kualitas Produk (X1) “Kualitas Produk (<i>Product Quality</i>) “Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat” Kotler dan Keller (2016:156)	Bentuk (<i>form</i>)	Estetika produk	Tingkat keindahan desain produk	Ordinal	1
	Fitur (<i>Features</i>)	konten yang membedakan dengan produk sejenis	Produk yang menjadi ciri khas	Ordinal	2
	Kinerja (<i>Performance</i>)	Kinerja produk yamaha Nmax dengan harapan	Tingkat kelengkapan produk Yamaha Nmax dengan harapan	Ordinal	3
	Kesesuaian (<i>comformance</i>)	Kesesuaian dengan spesifikasi	Kesesuaian spesifikasi produk yamaha Nmax	Ordinal	4
	Durability (Daya Tahan)	Daya tahan produk	Tingkat daya tahan produk yamaha Nmax	Ordinal	5
	Reabilitas (<i>Reliability</i>)	Kehandalan produk	Tanggapan konsumen mengenai kehandalan produk yamaha	Ordinal	6

Lanjutan table 3.1

Variabel dan konsep variable	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
			Nmax		
	Perbaikan (<i>repairability</i>)	Perbaikan produk	Tanggapan konsumen mengenai tingkat kesulitan memperbaiki Yamaha Nmax	Ordinal	7
	Gaya (<i>style</i>)	Kesesuaian gaya produk	Tingkat produk Yamaha Nmax mengikuti trend	Ordinal	8
<p>Harga (X2) harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa.</p> <p>Kotler dan Keller (2014 : 52) dialih bahasakan oleh Bob Sabran.</p>	Keterjangkauan Harga	Harga terjangkau oleh daya beli atau kemampuan konsumen	Kesesuaian harga produk yamaha Nmax dengan daya beli atau kemampuan konsumen	Ordinal	9
		Harga produk yang ditawarkan	Tingkat kesesuaian harga dengan kemampuan atau daya beli	Ordinal	10
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Kesesuaian harga dengan kualitas produk yamaha Nmax	Ordinal	11
		Harga sesuai dengan hasil yang	Tingkat kesesuaian harga dengan hasil	Ordinal	12

Variabel dan konsep variable	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
		diinginkan	yang diinginkan		
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Kesesuaian harga dengan manfaat	Kesesuaian harga dengan manfaat produk yamaha Nmax	Ordinal	13
		Harga sesuai dengan keinginan	Tingkat kesesuaian harga dengan harapan	Ordinal	14
	Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	Harga bersaing dengan produk sejenis	Tingkat harga produk yamaha Nmax dan produk sejenis	Ordinal	15
		Harga lebih terjangkau dibandingkan pesaing	Tingkat harga lebih murah	Ordinal	16
		Harga diskon yang ditawarkan	Tingkat potongan harga	Ordinal	17
Keputusan Pembelian (Y) membeli merek yang paling disukai. Sementara itu keputusan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk meliputi 6 sub keputusan, menurut	<i>Product choice</i> (Pilihan Produk)	Kebutuhan produk	Tingkat kebutuhan konsumen terhadap produk	Ordinal	18
		Pemilihan Produk	Tingkat pemilihan keberagaman produk	Ordinal	19

Variabel dan konsep variable	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Benyamin Molan (2013:183)	<i>Brandchoice</i> (Pilihan Merek)	Pemilihan atas pilihan Merek Yamaha	Tingkat loyalitas terhadap merek produk	Ordinal	20
		Memilih berdasarkan reputasi merek	Tingkat keputusan pemilihan berdasarkan reputasi merek	Ordinal	21
	<i>Dealer choice</i> (Pilihan Tempat Penyalur)	Memilih lokasi yang mudah dijangkau	tingkat pembelian produk berdasarkan lokasi yang mudah dijangkau	Ordinal	22
		Pemilihan penyalur produk berdasarkan ketersediaan produk	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan ketersediaan produk	Ordinal	23
	<i>Purchase amount</i> (Jumlah Pembelian Kuantitas)	Waktu pembelian	Tingkat waktu pembelian yang dilakukan	Ordinal	24
		Keragaman produk mempengaruhi jumlah pembelian	Tingkat keputusan berdasarkan keragaman	Ordinal	25
	<i>Purchase timing</i> (Waktu Pembelian)	Tingkat waktu pembelian yang dilakukan	Tingkat keinginan pembelian produk	Ordinal	26

Variabel dan konsep variable	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
		Waktu pembelian produk berdasarkan adanya potongan harga	Tingkat waktu pembelian berdasarkan adanya potongan harga	Ordinal	27
	<i>Payment method</i> (Metode Pembayaran)	Kemudahan pembayaran	Tingkat kemudahan melakukan pembayaran	Ordinal	28
		Keragaman metode pembayaran	Tingkat pembelian berdasarkan keragaman metode pembayaran	Ordinal	29

Sumber : data yang di olah peneliti

3.3 Populasi dan Sample

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang diteliti sehingga permasalahan dalam penelitian dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek yang diteliti dan dapat membantu peneliti dalam pengolahan data untuk memecahkan masalah penelitian untuk memudahkan penelitian, peneliti menggunakan sampel dalam pengolahan datanya. Sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan teknik sampling tertentu.

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017:117) “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Yamaha Bahana Cahaya Sejati.

Berikut akan ditampilkan tabel jumlah penjualan Yamaha Nmax di Yamaha Bahana Cahaya Sejati pada bulan januari sampai dengan bulan Desember 2017.

Tabel 3.2
tabel jumlah penjualan Yamaha Nmax di Yamaha Bahana Cahaya Sejati
pada bulan januari sampai dengan bulan Desember 2017.

Bulan	Jumlah Penjualan
Januari	39
Februari	47
Maret	70
April	73
Mei	74
Juni	89
Juli	53
Agustus	81
September	80
Oktober	86
November	89
Desember	183
Total	963
Rata-rata	80.25

3.3.2 Sampel

Populasi memiliki jumlah yang sangat besar, sehingga peneliti menggunakan sampel untuk memudahkan dalam pengolahan data penelitian. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono,2017:120), sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi pada penelitian. Anggota sampel yang tepat digunakan menurut Sugiyono (2017:118) dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang

dikehendaki. Semakin besar jumlah sampel dari populasi yang diteliti, maka peluang kesalahan semakin kecil dan begitulah sebaliknya.

Pada penelitian ini, pengambilan jumlah responden menggunakan rumus slovin (Husein Umar 2013:78) sampel yang akan ditentukan oleh peneliti dengan persentase kelonggaran ketidak telitian adalah sebesar 10%.

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

Dimana :n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolelir

jumlah populasi N = 963 dengan asumsi tingkat kesalahan = 10%, maka jumlah sampel yang harus digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak.

$$n = \frac{963}{1+963(0,1)^2}$$

n = 90.59 dibulatkan menjadi 91

Jadi dari perhitungan paragraf sebelumnya, untuk mengetahui ukuran sampel dengan tingkat kesalahan 10% adalah sebanyak 91 pengujung.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel bertujuan memudahkan peneliti dalam menentukan sampel yang akan diteliti. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua, yaitu *probability* dan *non probability sampling*. Dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik *non probability*

sampling. Teknik *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017:121). Dalam penelitian ini, sampelnya adalah siapa saja konsumen Yamaha Bahana Cahaya Sejati yang ditemui.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dan keterangan-keterangan lainnya dalam penelitian yang dilakukan. Dalam mengumpulkan data penelitian, peneliti mengumpulkan dari berbagai data serta dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian.

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan melakukan penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi, seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument berupa pertanyaan maupun pernyataan. Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah 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. data yang diambil terbagi menjadi tiga metode Terdiri dari :

a. Observasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meninjau atau mengunjungi perusahaan yang bersangkutan secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan Tanya jawab kepada *marketing manager* PT.Yamaha Bahana Cahaya Sejati Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengolahan data dengan menyebarkan pertanyaan kepada konsumen Yamaha Nmax.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 promosi penjualan, lokasi dan keputusan pembelian di PT.Yamaha Bahana Cahaya Sejati.

2. Studi Kepustakaan (library research)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari *literature* atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi perpustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu

literature-literature, buku-buku, yang berkaitan dengan objek yang diteliti dan bertujuan untuk mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang hendak diteliti.

3.5 Metode Analisis Data

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

3.5.1 Analisis Deskriptif

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai fakta-fakta yang ada secara faktual dan sistematis. Metode yang digunakan adalah sebagai berikut: hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan (kuesioner/angket). Dimana Kualitas Produk (variabel X1), Harga (variabel X2) dan keputusan pembelian (variabel Y), setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot/nilai yang berbeda.

Setiap pilihan jawaban akan diberikan skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (item positif) atau tidak mendukung pernyataan (item negatif). Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan untuk pertanyaan positif dan negative. Untuk mengetahui lebih jelas, maka penulis akan menyajikan skala likert pada table 3.3 seperti yang tersaji pada halaman selanjutnya.

Tabel 3.3
Skala Likert

No	Alternatif jawaban	Bobot nilai	
		Positif	Negative
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Cukup setuju (CS)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber: Sugiyono (2017:94)

Setiap pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan kedua variabel diatas (variabel bebas dan variabel terikat) dalam operasionalisasi variabel ini semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pertanyaan-pertanyaan tipe skala *likert*.

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.

$$(\text{Nilai Jenjang Interval}) = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{jumlah kriteria pertanyaan}}$$

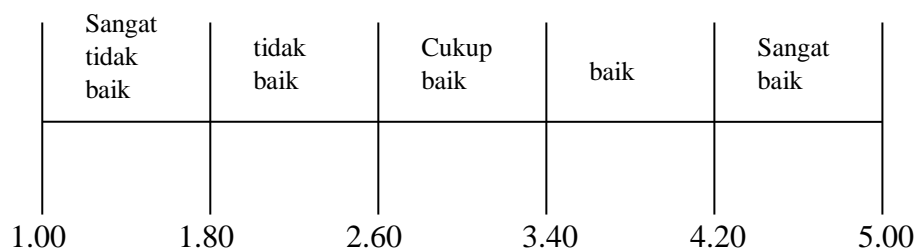
Setelah nilai rata-rata diketahui, maka hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu tabel kontinum, yaitu sebagai berikut:

Table 3.4 Kategori Skala

Skala		Kategori
1.00	1.80	Sangat tidak baik
1.81	2.60	Tidak baik
2.61	3.40	Cukup baik
3.41	4.20	Baik
4.21	5.00	Sangat baik

Sumber : Sugiono (2017:94)

- a. Indeks Minimum : 1
- b. Indeks Maksimum : 5
- c. Interval : $5-1 = 4h$
- d. Jarak Interval : $(5-1) : 5 = 0.8$



Gambar 3.1
Garis kontinum

3.5.2 Analisis Verifikatif

Analisis Verifikatif digunakan dalam penelitian untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Dalam penelitian ini, ada beberapa metode statistik yang digunakan penulis seperti analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, dan analisis koefisien determinasi.

3.5.2.1 *Method of Successive Interval (MSI)*

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner, data yang didapat 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. Sebelum data dianalisis dengan menggunakan metode analisis linier berganda untuk data yang berskala ordinal harus dirubah menjadi data dalam bentuk 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 skoe 1-5 untuk setiap pertanyaan).
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut dengan proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar kita tetukan nilai Z.
6. Menentukan nilai Skala (*scale value/SV*)

$$SV = \frac{\text{density at lower limit} - \text{density at upper limit}}{\text{area under upper limit} - \text{area under lower limit}}$$

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

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1[SVmin]$$

Pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan media komputerisasi, yaitu menggunakan SPSS *for windows* untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval.

3.5.3 Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2017:168) menunjukkan derajat ketepatan-antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item terebut dinyatakan tidak valid.

Untuk mencari nilai koefisien, maka peneliti menggunakan rumus pearson *product moment* sebagai berikut :

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

Keterangan :

r = Korelasi *product moment*

$\sum X_i$ = Jumlah skor suatu item

$\sum X_{tot}$ = Jumlah total skor jawaban

$\sum x_i^2$ = Jumlah kuadrat skor jawaban suatu item

$\sum x_{tot}^2$ = Jumlah kuadrat total skor jawaban

$\sum X_i X_{tot}$ = Jumlah perkalian skor jawaban suatu item dengan total skor

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

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Produk	1	0.85	0.3	Valid
	2	0.84	0.3	Valid
	3	0.88	0.3	Valid
	4	0.47	0.3	Valid
	5	0.85	0.3	Valid
	6	0.92	0.3	Valid
	7	0.47	0.3	Valid
	8	0.92	0.3	Valid

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Harga	9	0.51	0.3	Valid
	10	0.68	0.3	Valid
	11	0.89	0.3	Valid
	12	0.88	0.3	Valid
	13	0.78	0.3	Valid
	14	0.51	0.3	Valid
	15	0.78	0.3	Valid
	16	0.57	0.3	Valid
	17	0.87	0.3	Valid
Keputusan Pembelian	18	0.83	0.3	Valid
	19	0.90	0.3	Valid
	20	0.60	0.3	Valid
	21	0.87	0.3	Valid
	22	0.92	0.3	Valid
	23	0.31	0.3	Valid
	24	0.42	0.3	Valid
	25	0.83	0.3	Valid
	26	0.42	0.3	Valid
	27	0.92	0.3	Valid
	28	0.90	0.3	Valid
	29	0.92	0.3	Valid

Sumber: Pengolahan data primer 2018

Pada tabel 3.3 yang peneliti sajikan terlihat bahwa seluruh item pernyataan memiliki koefisien validitas yang lebih besar dari r_{tabel} 0,3 dan dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tersebut merupakan yang valid, sehingga *item-item* tersebut layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

3.5.4 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2017 : 168). Uji

reliabilitas kuesioner dalam penelitian digunakan metode split half item tersebut dibagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok item ganjil dan kelompok item genap. Kemudian masing-masing kelompok skor tiap itemnya dijumlahkan sehingga menghasilkan skor total. Apabila korelasi 0,7 maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat reliabel yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,7 maka dikatakan item tersebut kurang reliabel.

Adapun rumus untuk mencari reliabilitas adalah sebagai berikut.

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

Dimana :

- r = koefisien korelasi
- n = banyaknya responden
- A = skor item pertanyaan ganjil
- B = skor pertanyaan genap

Setelah koefisien korelasi diketahui, aka selanjutnya hasil tersebut dimasukan kedalam rumus Spearman Brown dengan rumus sebagai berikut.

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

Dimana :

- r = nilai reliabilitas
- rb = korelasi produk moent antara belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap).

Pengujian reliabilitas kuesioner dilakukan menggunakan metode *alpha cronbach*. *Alpha cronbach* diukur berdasarkan skala 0 sampai 1. Jika skala itu dikelompokkan kedalam lima kelas dengan range yang sama, maka ukuran kematapan 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

Hasil reliabilitas menggunakan metode *alpha cronbach* yang diolah menggunakan SPSS 23 ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 3.4
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Produk	0.787	0.7	Reliabel
Harga	0.774	0.7	Reliabel
Keputusan Pembelian	0.773	0.7	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2018

Berdasarkan hasil perhitungan didapat nilai reliabilitas dari setiap item pernyataan X1,X2 dan Y sudah reliabel, artinya nilai reliabilitas butir pernyataan pada kuesioner masing-masing variabel yang sedang diteliti lebih besar dari 0,70 dan bernilai positif, hasil ini menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan pada kuesioner andal untuk mengukur variabelnya.

3.5.5 Analisis Regresi linier berganda

Menurut Sugiyono (2017:253) menyatakan bahwa “ analisis regresi-berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variable tertentu bila variable lain berubah”. Jumlah variabel independen yang diteliti lebih dari satu, sehingga dikatakan regresi berganda. Hubungan antara variable tersebut dapat dicirikan melalui model matematika

yang disebut dengan model regresi. Model regresi berganda dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variable yang diteliti. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variable yang diteliti. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara variable X_1 (harga) dan X_2 (kualitas produk) dan Y (keputusan pembelian). Rumus yang digunakan yaitu :

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

Dimana :

Y = variable terikat (Keputusan Pembelian)

a = konstanta

β = koefisien regresi

X_1 = harga

X_2 = Keputusan Pembelian

3.5.6 Analisis Korelasi berganda

Analisis korelasi berganda yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel X_1 (kualitas produk) dan X_2 (harga) dan Y (keputusan Pembelian).

Rumus yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

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

R^2 = koefisien korelasi ganda

JKreg = jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

ΣY^2 = Jumlah kuadrat total korelasi dalam bentuk deviasi.

Berdasarkan nilai R yang diperoleh, maka dapat dihubungkan $-1 < R < 1$ dan harga untuk masing-masing nilai R adalah sebagai berikut :

1. Apabila $R = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1, X_2 dan Y, semua positif sempurna.
2. Apabila $R = -1$, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel X_1, X_2 dan Y, semua negatif sempurna.
3. Apabila $R = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi.
4. Apabila R berada diantara -1 dan 1, maka tanda negatif (-) menyatakan adanya korelasi tidak langsung atau korelasi negative. Dan tanda positif (+) menyatakan adanya korelasi langsung atau korelasi positif.

Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien dapat dilihat pada tabel 3.4 berikut ini :

Tabel 3.5
Kriteria Interpretasi koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Korelasi
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

3.5.7 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dimaksudkan sebagai cara untuk menentukan apakah hipotesis yang akan diajukan sebaiknya diterima (signifikan) atau ditolak oleh penulis. Rumusan hipotesis sebagai berikut :

1. Uji hipotesis simultan (Uji F)

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

$H_0 : \beta_1\beta_2 = 0$: tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Produk (X_2), terhadap Keputusan Pembelian (Y).

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

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

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

Keterangan :

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F table (n-K-1) = derajat kebebasan.

R^2 = koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan.

K = banyaknya variabel bebas

n = ukuran sampel

perhitungan tersebut akan memperoleh distribusi F dengan pembilang K dan penyebut (n-K-1) dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ - H_a diterima (signifikan)
- b. Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ - H_a ditolak (tidak signifikan)

2. Uji Hipotesis Parsial

Hipotesis parsial diperlukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Hipotesis parsial dijelaskan kedalam bentuk statistik sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 = 0$: tidak terdapat pengaruh Kualita Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian(Y) konsumen Yamaha Bahana Cahaya Sejati.

$H_a : \beta_1 \neq 0$: terdapat pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen Yamaha Bahana Cahaya Sejati.

$H_0 : \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen Yamaha Bahana Cahaya Sejati

$H_a : \beta_2 \neq 0$: terdapat pengaruh Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen Yamaha Bahana Cahaya Sejati

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

$$t = r \sqrt{\frac{n - (k + 1)}{1 - r^2}}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

r = nilai korelasi parsial

k(kelas) = subvariabel

pengujian telah dilakukan, maka hasil pengujian hitung dibandingkan dengan table, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak.
2. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima.

3.5.8 Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel x (lokasi, promosi penjualan) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian). Untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel X_1, X_2 (variabel independen) terhadap variabel Y (variabel dependen), biasanya dinyatakan dalam bentuk persen (%) .

Rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

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

Keterangan :

Kd = koefisien determinasi

r^2 = koefisien korelasi ganda

3.5.9 Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh secara parsial per sub variable kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (y), maka dapat diketahui dengan cara mengalikan nilai *standardized coefficients* beta dengan menggunakan *software SPSS for window*. Rumus koefisien Determinasi yang dikemukakan oleh Gujarati (2012:172) adalah sebagai berikut;

$$KD = \beta \times \text{zero order} \times 100\%$$

Keterangan;

B = Beta (nilai *standardized coefficients*)

zero order = Matriks korelasi variable bebas dengan variable terikat.

Perhitungan pada rumus Gujarati yang telah diuraikan pada paragraf sebelumnya, untuk mengetahui apabila K_d sama dengan 0 maka pengaruh X terhadap variabel Y, lemah. Apabila K_d sama dengan 1, maka pengaruh X terhadap variabel Y, kuat.

3.6 Rancangan kuesioner

Kuesioner adalah instrument pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan kedalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel Promosi penjualan, Lokasi dan Keputusan Pembelian sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang telah disediakan.

3.7 Lokasi dan waktu penelitian

Lokasi yang menjadi tempat penelitian dalam penelitian ini adalah PT Yamaha Bahana Cahaya Sejati yang beralamat di Jl. Soekarno Hatta No.417 Kel. Karasak Kecaatan Astanaanyar-Kota Bandung.