

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Pengumpulan data-data yang berupa informasi yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti untuk menjawab rumusan masalah dan untuk membuktikan apakah hipotesis penelitian diterima atau ditolak. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2018:35) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri baik satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri/*independent*) tanpa membuat perbandingan atau mencari hubungan satu sama lain sehingga menghasilkan kesimpulan. Metode ini ditunjukkan untuk mengetahui dan mengkaji rumusan masalah yang terdapat di bab I yang pertama yaitu bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas produk di Manah *Project Jersey Apparel*. Kedua, bagaimana tanggapan konsumen mengenai promosi di Manah *Project Jersey Apparel*. Ketiga, bagaimana tingkat keputusan pembelian di Manah *Project Jersey Apparel*. Hasil dari observasi menggunakan analisis deskriptif tersebut, selanjutnya akan disusun secara sistematis dan dianalisis untuk diambil suatu kesimpulan.

Metode yang digunakan selain metode penelitian yang bersifat deskriptif, penelitian ini juga menggunakan metode penelitian yang bersifat verifikatif. Menurut Sugiyono (2018:35) menyatakan bahwa penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori, dan penelitian yang akan mencoba

menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis, yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Analisis verifikatif digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji rumusan masalah yang ke empat yaitu seberapa besar pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Manah *Project Jersey Apparel* secara simultan dan parsial. Metode verifikatif akan memberikan suatu kesimpulan mengenai besarnya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Selain itu metode verifikatif juga digunakan didalam penelitian ini untuk menguji teori dan penelitian ini akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah yakni suatu hipotesis yang berupa kesimpulan sementara.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Variabel bebas (*independent variable*) dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X_1) dan promosi (X_2) sedangkan yang menjadi variabel terikat (*dependept variable*) adalah keputusan pembelian (Y). Menurut Sugiyono (2018:38) 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 2 (dua) variabel yang digunakan yaitu variabel independen dan variabel dependen. Untuk mengetahui lebih lanjut penjelasan mengenai definisi dan operasionalisasi variabel penelitian akan dijelaskan sebagai berikut.

Operasionalisasi variabel pada penelitian merupakan unsur penelitian yang terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian atau yang

tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil perumusan masalah. Teori ini digunakan sebagai landasan atau alasan mengapa suatu yang bersangkutan bisa mempengaruhi variabel terikat.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2018:60) adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang akan diteliti dalam penelitian yang ditelitinya pada suatu perusahaan yang akan ditelitinya, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel bebas (independen) adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel terikat, baik secara positif maupun negatif dengan simbol X, sedangkan variabel terikat (dependen) adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen dengan simbol Y. Maka terdapat tiga variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel independen (X_1 dan X_2) serta satu variabel dependen (Y) dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Produk (X_1) menurut Rambat Lupiyoadi (2018:175) Kualitas Produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Konsumen akan membeli produk kalau mereka tertarik, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil.
2. Variabel Promosi Penjualan (X_2) menurut Philip Kotler & Gary Armstrong (2018:204) menyatakan bahwa "*Sales promotion consists of short-term incentives to encourage buying or selling product or service*".

3. Keputusan Pembelian (Y) Keputusan pembelian adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2016:192)

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Berdasarkan pengertian dari ketiga variabel yang akan diteliti di dalam penelitian ini, peneliti akan menetapkan sub variabel yang kemudian dikembangkan menjadi suatu indikator. Selanjutnya indikator-indikator tersebut akan dikembangkan lagi menjadi suatu item pernyataan atau pertanyaan yang akan digunakan didalam pembuatan kuesioner atau pra survey. Untuk mengetahui lebih jelas tentang operasional variabel penelitian yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut ini :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Konsep variable	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
Kualitas Produk (X₁) Kualitas Produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Konsumen akan membeli produk kalau	Kinerja (<i>Performance</i>)	Kualitas produk yang di produksi	Tingkat kualitas produk yang di produksi	Ordinal	1
		Ukuran produk	Tingkat ukuran produk	Ordinal	2
	Fitur (<i>Feature</i>)	Keragaman pilihan tipe produk	Tingkat keragaman pilihan produk	Ordinal	3
		Ciri khas produk	Tingkat ciri khas produk	Ordinal	4

Konsep variable	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
mereka tertarik, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. David Garvin yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2018:134))	Keandalan (<i>Reliability</i>)	Daya tarik kenyamanan menggunakan produk Manah <i>Project Jersey Apparel</i>	Tingkat ketahanan produk	Ordinal	5
		Keandalan produk	Tingkat keandalan produk	Ordinal	6
	Kesesuaian Dengan Spesifikasi (<i>Conformance</i>)	Kesesuaian standar kualitas produk	Tingkat kesesuaian standar produk	Ordinal	7
		Kesesuaian spesifikasi produk	Tingkat kesesuaian spesifikasi produk	Ordinal	8
	Daya Tahan (<i>Durability</i>)	Ketahanan produk	Tingkat ketahanan produk	Ordinal	9
		Keandalan produk	Tingkat ketahanan produk	Ordinal	10
	Kemampuan Pelayanan (<i>Serviceability</i>)	Tampilan desain produk	Tingkat tampilan desain produk	Ordinal	11
		Tampilan warna produk	Tingkat tampilan warna produk	Ordinal	12
	Estetika (<i>Esthetica</i>)	Daya tarik pilihan-pilihan produk	Tingkat daya tarik pilihan-pilihan produk	Ordinal	13
		Daya tarik kualitas Produk	Tingkat daya Tarik kualitas produk	Ordinal	14
	Kualitas Yang Dipersepsikan (<i>Perceived Quality</i>)	Kesan kualitas produk	Tingkat kesan kualitas produk	Ordinal	15

Konsep variable	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
Promosi Penjualan (X₂) <i>Sales promotion consists of short-term incentives to encourage buying or selling product or service</i> Philip Kotler & Gary Armstrong (2018:207)	Coupon (Kupon)	Daya tarik kupon yang diberikan	Tingkat kemenarikan kupon yang diberikan	Ordinal	16
		Frekuensi pemberian kupon	Tingkat frekuensi pemberian kupon kepada konsumen	Ordinal	17
	Rabates (Potongan Harga)	Program potongan harga menarik	Tingkat kemenarikan potongan harga yang diberikan	Ordinal	18
		Besarnya potongan harga/diskon pada produk yang ditawarkan	Besarnya potongan harga/diskon pada produk yang ditawarkan	Ordinal	19
	Price Packs/Cent s-offdeals (Paket Harga)	Tersedianya paket harga yang ditawarkan lebih terjangkau	Tingkat keterjangkauan paket harga yang ditawarkan	Ordinal	20
		Keefektifan paket harga yang ditawarkan	Tingkat keefektifan paket harga yang ditawarkan	Ordinal	21
	Point-of purchase (POP)	Daya Tarik demonstrasi produk yang ditawarkan menarik	Tingkat kemenarikan demonstrasi produk yang dilakukan menarik	Ordinal	22
	Keputusan Pembelian keputusan pembelian adalah suatu	Pemilihan produk	Memilih produk berdasarkan kualitas produk	Tingkat keputusan pemilihan berdasarkan kualitas produk	Ordinal

Konsep variable	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2016:192)		Memilih produk berdasarkan keragaman produk	Tingkat keputusan pemilihan berdasarkan keragaman produk	Ordinal	24
	Pemilihan merek	Memilih produk berdasarkan kepercayaan merek	Tingkat keputusan pemilihan berdasarkan kepercayaan merek	Ordinal	25
		Memilih produk berdasarkan reputasi merek	Tingkat keputusan pemilihan berdasarkan reputasi merek	Ordinal	26
	Pilihan penyalur	Memilih penyalur berdasarkan lokasi mudah dijangkau	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan lokasi tempat distribusi	Ordinal	27
		Memilih penyalur berdasarkan ketersediaan produk	keputusan pembelian berdasarkan ketersediaan produk	Ordinal	28
	Waktu pembelian	Waktu pembelian produk berdasarkan adanya promosi	Tingkat waktu pembelian berdasarkan adanya promosi	Ordinal	29
		Memutuskan membeli berdasarkan waktu pembelian dengan kebutuhan	Tingkat keputusan dalam suatu waktu dengan kebutuhan	Ordinal	30
		Keragaman	keputusan	Ordinal	31

Konsep variable	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
	Jumlah pembelian	produk mempengaruhi jumlah pembelian	berdasarkan keragaman		
		Jumlah pembelian berdasarkan sesuai kebutuhan	Tingkat jumlah pembelian berdasarkan jumlah kebutuhan	Ordinal	32
	Metode pembayaran	Memutuskan membeli dengan metode pembayaran tunai	Tingkat kemudahan membeli dengan metode pembayaran tunai	Ordinal	33
		Memutuskan membeli dengan metode pembayaran debit	Tingkat kemudahan membeli dengan metode pembayaran debit	Ordinal	34

Sumber : Pengolahan Data Peneliti, 2020

3.3 Populasi dan Sampel

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 peneliti dapat melakukan pengolahan data. Kemudian untuk mempermudah dalam melakukan pengolahan data maka peneliti akan mengambil bagian dari jumlah dan karakteristik atau yang disebut dengan sampel. Dengan adanya sampel maka peneliti tidak perlu melakukan penelitian secara keseluruhan terhadap pengunjung tetapi cukup menggunakan sebagian dari jumlah pengunjung yang akan diteliti. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulan yang dilakukan untuk populasi.

3.3.1 Populasi

Populasi adalah sekumpulan objek yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian, yang di dalamnya terkandung informasi yang ingin diketahui. Sugiyono (2018:80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penentuan populasi merupakan tahapan penting dalam penelitian karena populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian.

Penelitian yang dilakukan ini yang menjadi populasi penelitian adalah jumlah pengunjung yang mendatangi Manah *Project Jersey Apparel* selama satu tahun terakhir. Selama penelitian tersebut, jumlah konsumen yang ada di Manah *Project Jersey Apparel* dapat dilihat dalam Tabel 3.2 dibawah ini:

Tabel 3.2
Jumlah Pengunjung Manah *Project Jersey Apparel* Periode 1 Tahun Dari
Bulan Januari – Desember 2019

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	620
2	Februari	811
3	Maret	590
4	April	830
5	Mei	820
6	Juni	883
7	Juli	910
8	Agustus	587
9	September	665
10	Oktober	671
11	November	692
12	Desember	988
Jumlah		9.117
Rata-rata		760

Sumber : Manah *Project Jersey Apparel* Bandung

Berdasarkan Tabel 3.2 dapat dilihat bahwa total jumlah pengunjung yang

datang ke Manah *Project Jersey Apparel* selama periode 1 tahun dari bulan Januari sampai Desember 2019 yaitu 9117 orang dengan rata-rata 760.

3.3.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti yang hasilnya mewakili keseluruhan masalah yang diamati. Sugiyono (2018:81) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Sampel yang ditentukan dalam penelitian ini menggunakan rumus *Slovin*, sebagai alat untuk menghitung ukuran sampel karena jumlah populasi yang diketahui lebih dari 100 responden. Rata-rata pengunjung yang datang ke Manah *Project Jersey Apparel* sebanyak 760 pengunjung selama periode 1 tahun, yang di dapatkan dari data yang diberikan dan survey yang dilakukan. Untuk lebih jelas berikut rumus Slovin, ukuran sampel dapat di hitung sebagai berikut :

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

Dimana :

n : Ukuran Sampel

N : Populasi

E : Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolerir (tingkat kesalahan yang diambil dalam *sampling* ini adalah sebesar 10%)

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dengan menggunakan rumus Slovin,

ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{760}{1 + (760)(0,1)^2} = 89 = 90$$

Jadi, dapat ketahui perhitungan untuk sampel penelitian dengan tingkat kesalahan 10% adalah sebanyak 89 responden yang di bulatkan menjadi 90 responden. Kuesioner disebarikan kepada responden sampel penelitian kepada konsumen yang akan melakukan pembayaran atau pembelian di Manah *Project Jersey Apparel* Bandung.

Menurut Sugiyono (2018:81) mengemukakan teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yaitu teknik sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik *non probability sampling* penelitian ini dilakukan dengan cara *accidental sampling*, dimana teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data yang diperlukan oleh peneliti.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Teknik pengumpulan data merupakan langkah utama dalam penelitian, karena memiliki tujuan memperoleh data yang dibutuhkan

(Sugiyono 2016:137). 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, 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 pemilik Manah *Project Jersey Apparel* di Jl. Keadilan VII No.17, Derwati, Kec. Rancasari, Kota Bandung, Jawa Barat. 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 pengunjung Manah *Project Jersey Apparel*. 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 produk, promosi dan keputusan pembelian

pada Manah *Project Jersey Apparel*.

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 iterature*, buku-buku, yang berkaitan dengan objek yang diteliti dan bertujuan mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti oleh peneliti tersebut.

a. Jurnal

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

b. Internet

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

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Uji intrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Validitas berkaitan denga 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 konsistenan

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 Uji Validitas

Validitas merupakan alat untuk menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaiannya antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Sugiyono (2018:384) menyatakan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau ketepatan suatu alat ukur. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir instrument yang dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor dari setiap butir dengan skor totalnya.

Untuk mencari nilai validitas dari semua item yang akan diteliti, peneliti akan mengkorelasikan antara skor item dengan item-item variabel. Apabila korelasi yang dihasilkan sama atau diatas 0,3 maka item yang diteliti dinyatakan valid, tetapi apabila nilai korelasinya dibawah 0,3 maka dinyatakan tidak valid. Dalam mencari nilai korelasi maka peneliti akan melakukan metode korelasi yang digunakan untuk menguji validitas dengan korelasi *pearson product moment* dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{((n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2))}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien r product moment

r = Koefisien Validitas item yang dicari

x = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

y = Skor total instrument

n = Jumlah responden dalam uji instrument

$\sum X$ = Jumlah hasil pengamatan variabel X

$\sum Y$ = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

$\sum XY$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel C dan Variabel Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

3.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018:130) menyatakan uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Dengan kata lain uji reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan cara menguji coba instrument sekali saja, kemudian dianalisis dengan menggunakan metode *alpha cronbach*. Kuesioner dikatakan andal apabila koefisien *reliabilitas* bernilai positif dan lebih besar dari pada 0,7 Sugiyono, (2018:121).

3.5.3 *Method of Successive Interval (MSI)*

Method of successive interval merupakan metode penskalaan untuk menaikkan skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval. Data yang peneliti peroleh dari hasil penyebaran kuesioner masih merupakan data ordinal yang masih harus ditransformasikan menjadi data interval untuk memenuhi syarat statistika parametrik dengan analisis regresi dan analisis korelasi untuk menganalisis dan mengkaji rumusan masalah penelitian. Maka dari itu

peneliti menggunakan *method of successive interval* (MSI) untuk transformasi data ordinal menjadi data interval. Berikut ini peneliti sajikan langkah-langkah menganalisis data dengan *method of successive interval* (MSI) :

1. Perhatikan nilai jawaban responden dari setiap pernyataan dalam kuesioner
2. Untuk setiap pernyataan tersebut, lakukan perhitungan ada berapa responden yang menjawab pernyataan dengan skor 1, 2, 3, 4, dan 5 disebut dengan frekuensi
3. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya jumlah responden dan hasilnya disebut dengan proporsi
4. Kemudian hitung proporsi kumulatifnya
5. Dengan menggunakan tabel normal, dihitung nilai distribusi normal (Z) untuk setiap frekuensi kumulatif yang diperoleh
6. Tentukan densitas normal yang sesuai dengan nilai Z
7. Menghitung *Scale Value* (SV) dengan rumus :

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

Keterangan :

SV (*Scale Value*) : Rata-rata interval

Density at lower limit : Kepaduan batas bawah

Density at upper limit : Kepaduan batas atas

Area under upper limit : Daerah dibawah batas atas

Area under lower limit : Daerah dibawah batas bawah

8. Melakukan transformasi nilai skala dari nilai skala ordinal ke nilai skala interval dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = S_v + [S_v \min]$$

Catatan, nilai S_v terkecil atau nilai negatif terbesar diubah menjadi sama dengan 1 (satu).

3.6 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Pengelolaan dan analisis informasi serta data dalam penelitian ini dikumpulkan dan diolah secara kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada sifat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Setelah data dari seluruh responden terkumpul, maka selanjutnya harus 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 oleh peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X_1, X_2) terhadap variabel dependen (Y).

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai fakta-fakta yang ada secara faktual dan sistematis. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner yang bertujuan untuk menggambarkan sejauh mana tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan, tingkat harga dan kepuasan konsumen pada Manah *Project Jersey Apparel*. Dimana setiap item dari kuesioner tersebut memiliki 5 (lima) jawaban dengan bobot/nilai

yang berbeda beda.

Pilihan setiap jawaban akan diberi 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 negatif menurut Sugiyono adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3
Skala Likert

Jawaban pertanyaan	Bobot Nilai	
	Bila Positif	Bila Negatif
1. SS (Sangat Setuju)	5	1
2. S (Setuju)	4	2
3. KS (Kurang Setuju)	3	3
4. TS (Tidak Setuju)	2	4
5. STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5

Sumber : Sugiyono (2018:94)

Setiap pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan kedua variabel diatas (variabel independen dan variabel dependen) dalam operasionalisasi variabel ini semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala likert. Untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, hitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan jumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, selanjutnya peneliti membuat garis kontinum.

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

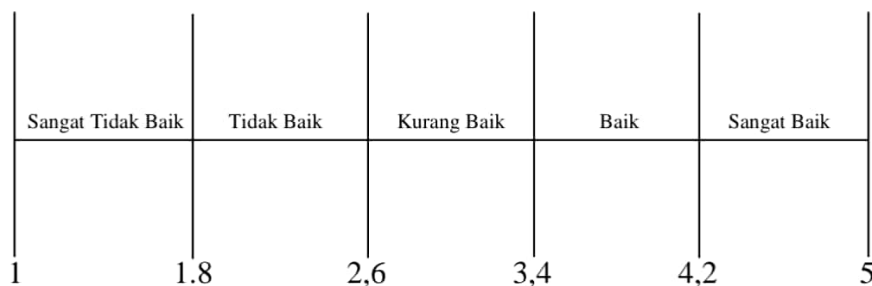
Setelah nilai rata-rata maka jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu tabel kontinum, yaitu sebagai berikut :

Table 3.4
Kategori Skala

No	Kategori	Skala
1	Sangat Tidak Setuju	1,00-1,80
2	Tidak Setuju	1,81-2,60
3	Kurang Setuju	2,61-3,40
4	Setuju	3,41-4,20
5	Sangat Setuju	4,21-5,00

Sumber : Sugiyono (2018:97)

- Indeks minimum : 1
- Indeks maksimum : 5
- Interval : $5 - 1 = 4$
- Jarak interval : $\frac{5-1}{5} = 0.8$



Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Menurut Sugiyono (2018:55) analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode ini digunakan untuk menguji suatu kebenaran pada sebuah hipotesis. Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak.

Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh

Kualitas Produk (X_1) dan Promosi (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, korelasi berganda dan koefisien determinasi. Untuk lebih jelasnya akan dijelaskan sebagai berikut.

3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk (X_1), Promosi (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Sugiyono (2018:210) menyatakan bahwa analisis regresi berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah. analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen apabila variabel independen tersebut mengalami perubahan. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus menurut Sugiyono (2018:275), sebagai berikut:

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

Dimana :

Y = Variabel terikat (keputusan pembelian)

a = Bilangan konstanta

$\beta_1 \beta_2$ = Koefisien regresi kualitas produk dan promosi

X_1 = Variabel bebas (kualitas produk)

X_2 = Variabel bebas (promosi)

e = Error atau faktor gangguan lain

3.6.2.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel X1 (kualitas produk), X2 (promosi) secara simultan dengan variabel Y (keputusan pembelian), dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r^2 = \frac{JK_{regresi}}{\sum Y^2}$$

Dimana :

r^2 = Koefisien korelasi berganda

$JK_{regresi}$ = Jumlah kuadrat regresi

$\sum Y^2$ = Jumlah Kuadrat total regresi

Berdasarkan nilai r yang diperoleh maka dapat dihubungkan $-1 < r < 1$ sebagai berikut :

Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X₁, X₂ dan variabel Y

Apabila $r = -1$, artinya hubungan antara variabel dikatakan negatif

Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi.

Angka korelasi berkisar antara -1 sd +1, semakin mendekati 1 maka korelasi semakin mendekati sempurna, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.5 sebagai berikut:

Tabel 3.4
Tafsiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Lemah
0,200 – 0,399	Lemah

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 0,999	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2018 : 184)

3.6.2.3 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh Kualitas Produk (X_1), Promosi (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Untuk melihat besarnya pengaruh Kualitas Produk (X_1), Promosi (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y), biasanya akan dinyatakan dalam bentuk persen (%). Berikut ini adalah rumus koefisien determinasi yaitu:

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

Dimana:

Kd = Nilai koefisien determinasi

R^2 = Kuadrat dari koefisien ganda

Kemudian terdapat Analisis Koefisien Determinasi Parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase X_1 (kualitas produk) dan X_2 (promosi penjualan) terhadap variabel Y (keputusan pembelian).

Maka untuk mengetahui seberapa besar persentase dengan menggunakan rumus koefisien determinasi secara parsial sebagai berikut:

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

Dimana:

B = Beta (nilai standar *liezed coefficients*)

Zero Order = Matrik kolerasi variabel bebas dengan variabel terikat

Maka:

Kd = 0, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, lemah

Kd = 1, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat

3.6.3 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis adalah kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat dugaan sementara karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis akan ditolak jika salah, dan akan diterima jika benar. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung pada hasil penyelidikan terhadap fakta yang sudah dikumpulkan. Uji hipotesis antara variabel X_1 (Kualitas produk), X_2 (Promosi), dan Y (Keputusan Pembelian) pada Manah *Project Jersey Apparel* dengan menggunakan uji simultan atau keseluruhan sebagai berikut.

3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji hipotesis secara simultan dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan secara simultan antara pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian yang menjadi variabel independen yaitu kualitas produk dan Promosi sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian dengan objek penelitiannya yaitu Manah *Project Jersey Apparel*. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. $H_0 : \beta_1\beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Manah *Project Jersey Apparel*.
- b. $H_a : \beta_1\beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Manah *Project Jersey Apparel*.

Untuk mengetahui tingkat signifikannya secara simultan, pengujian ini

dilakukan dengan menggunakan uji F, dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

r^2 = Koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan

K = Banyaknya variabel bebas

N = Ukuran sampel

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

Dari perhitungan tersebut dapat diketahui distribusi F dengan pembilang K dan penyebut dk $(n-k-1)$ dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_a ditolak.

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji hipotesis parsial dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya taupun tidak. Untuk uji hipotesis parsial, pengujian ini akan dilakukan melalui uji t, untuk menghitung tingkat signifikannya menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

Dalam pengujian yang dilakukan pada penelitian ini, tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10%. Dengan rancangan hipotesis untuk uji t adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian
 - a. $H_0 : \beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian
 - b. $H_a : \beta_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian
2. Pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian
 - a. $H_0 : \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian
 - b. $H_a : \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian

Apabila pengujian telah dilakukan, maka hasil dari pengujian ini akan dibandingkan dengan tabel, dengan ketentuannya sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

3.8 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrument untuk pengumpulan data atau informasi yang telah dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal penting. Kuesioner ini berisi beberapa pernyataan mengenai variabel kualitas produk, promosi, dan keputusan pembelian sebagaimana yang tercantum di operasionalisasi variabel. Namun di Bab 1

mengenai penelitian pendahuluan dalam penelitian ini masih menggunakan bauran pemasaran. Kuesioner ini bersifat tertutup, pernyataan membawa responden ke jawaban alternative yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang sudah disediakan.

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, lokasi yang menjadi objek penelitian yaitu Manah *Project Jersey Apparel* yang berada di Jl. Keadilan VII No.17, Derwati, Kec. Rancasari, Kota Bandung, Jawa Barat. Adapun waktu untuk menyelesaikan penelitian ini terhitung mulai dari tanggal 23 Maret 2019 sampai dengan selesai