

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Di Gunakan

Penelitian ini menggunakan metode yang berdasarkan pada pendapat (Sugiono 2017), Jenis Metode yang digunakan peneliti adalah metode deskriptif dan verifikatif, Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif.

Metode penelitian menurut Sugiyono (2017:2) pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Tujuan adanya metode penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran kepada peneliti tentang bagaimana penelitian dilakukan, sehingga permasalahan dapat diselesaikan. Jenis metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2017:147) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain yang diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan. Metode deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui kualitas produk, harga terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Bolana.

Metode verifikatif adalah Penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan

Menurut Sugiyono (2017:8). Metode ini juga digunakan untuk menguji pengaruh atau bentuk hubungan sebab akibat dari masalah yang sedang diselidiki atau diajukan dalam hipotesis. Metode verifikatif dalam penelitian ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah yaitu mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga terhadap keputusan pembelian.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Adapun yang dimaksud dengan penelitian kuantitatif yaitu Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan menurut Sugiyono (2017:8).

3.2 Definisi Operasionalisasi Variabel Penelitian

Pada definisi operasionalisasi variabel penelitian menjelaskan mengenai pengertian masing-masing variabel, konsep variabel, indikator, sub indikator, dan skala ukur. Yang menjadi variabel bebas atau independent variable adalah Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) sedangkan variabel terikat atau dependent variable adalah Keputusan Pembelian (Y).

3.3 Definisi Variabel Penelitian

Dalam sebuah penelitian, beberapa variabel harus ditentukan dan diketahui dengan jelas sebelum memulai mengumpulkan data. Variabel penelitian berdasarkan Sugiyono (2017:63) Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala bentuk kajian yang diputuskan peneliti untuk dipelajari guna memperoleh informasi

lalu buatlah kesimpulan. Variabel penelitian dapat beradaptasi dengan pertanyaan penelitian.

Variabel dalam penelitian harus relevan karena ntuk pertanyaan penelitian, selain relevansi, variabel penelitian juga harus memenuhi elemen konektivitas antara variabel yang terpengaruh dan terpengaruh. Variabel dalam penelitian ini meliputi variabel bebas dan variabel terikat (ketergantungan). Menurut Sugiyono (2017:64) variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau produksi sedangkan variabel dependen diwakili oleh simbol (X). Kemudian variabel dependen adalah variabel yang terpengaruh atau variabel hasil dar variabel independen diwakili oleh simbol (Y).

3.3.1 Variabel Bebas (Independent Variable)

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel bebas merupakan variabel yang menjadi sebab perubahannya atau yang mempengaruhi timbulnya variabel dependen. Didalam penelitian ini yang termasuk variabel bebas adalah:

1. Kualitas produk (X1) menurut Kotler dan Keller (2016: 164) kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi daripada keinginan pelanggan. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.
2. Harga menurut Kotler dan Armstrong dalam buku Setiyaningrum, dkk (2015:128) mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang yang diminta

untuk suatu produk atau suatu jasa. Secara lebih luas dapat dikatakan bahwa harga ialah jumlah semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan (benefit) atas kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa.

3.3.2 Variabel Terikat (Dependent Variable)

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel terikat merupakan variabel yang menjadi akibat atau yang mempengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

Menurut Sudaryono, (2016:207) mendefinisikan:

“produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen”.

3.3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Tujuan operasionalisasi variabel untuk memudahkan peneliti mendapatkan dan mengelola data yang berasal dari responden. Operasionalisasi variabel berisi mengenai kegiatan yang berisi aktivitas yang ingin diselesaikan. Variabel dibagi menjadi bagian-bagian terkecil untuk mengetahui klasifikasi ukurannya. Operasionalisasi variabel sebagai hasil penelitian kompilasi rinci. Yang termasuk nama variabel, konsep variabel, indikator, ukuran dan proporsi. Dalam penelitian ini diteliti tiga variabel yaitu Kualitas produk dan harga terhadap keputusan. Beberapa indikator akan diukur dalam bilangan ordinal, data proporsional bilangan ordinal adalah data yang diperoleh melalui klasifikasi atau kategorisasi tetapi dalam

data tersebut terdapat hubungan atau derajat operasional antar variabel, yang berisi aktivitas yang dirancang untuk memecah variabel menjadi beberapa bagian terkecil untuk mengetahui klasifikasi ukuran.

Berikut operasionalisasi variabel yang diteliti dalam tabel 3.1 operasionalisasi kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Tabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	No
Kualitas Produk (X1) “Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhankebutuhan yang telah ditentukan dan mempunyai sifat laten”. David Garvin dalam Fandy Tjiptono (2016:134)	Performance	Bagai mana tentang Cita rasa produk	Ordinal	1
		Bagai mana tanggapan tentang Kesegaran produk	Ordinal	2
	Features	keragaman produk rumah makan Bolana	Ordinal	3
		ciri khas produk	Ordinal	4
	Reliability	Bagaimana tanggapan konsumen tentang Kualitas bahan	Ordinal	5
	Conformance to spesification	Kesesuaian penyajian produk	Ordinal	6
		Konsistensi rasa produk	Ordinal	7
	Durability	Kadaluarsa	Ordinal	8
		Kualitas ketahanan kemasan	Ordinal	9
	Surviveability	Kemudahan penyajian	Ordinal	10

	Estethica	Daya tarik penyajian produk	Ordinal	11
		Daya tarik aroma produk dan daya tarik tampilan kemasan produk	Ordinal	12
	Percieved Quality	Bagai mana tentang Kesan kualitas produk	Ordinal	13
<p>Harga (X2)</p> <p>Harga adalah satu-satunya elemen dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya menimbulkan atau merupakan biaya.</p> <p>Fandy Tjiptono (2015:156)</p>	Keterjangkauan harga	Harga produk yang di tawarkan terjangkau	Ordinal	14
		Harga yang di tawarkan sesuai kemampuan konsumen	Ordinal	15
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga yang di tawarkan sesuai dengan kualitas produk yang di tawarkan	Ordinal	16
		Harga sesuai dengan manfaat yang diberikan	Ordinal	17
	Daya saing harga	Harga dapat bersaing dengan kualitas sejenis	Ordinal	18
<p>Keputusan Pembelian (Y)</p> <p>keputusan</p>	Pengenalan Masalah	Memutuskan produk karna kualitas	Ordinal	19
		Memutuskan membeli karna	Ordinal	20

<p>pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka..</p> <p>Kotler & Keller yang dialih bahasakan Bob Sabran(2016:199)</p>		keragaman produk		
	Pencarian Informasi	Membeli produk sesuai dengan kepercayaan produk	Ordinal	21
		Membeli produk Bolana berdasarkan ketenaran produk	Ordinal	22
	Evaluasi Alternatif	Membeli produk sesuai dengan harga yang di tawarkan atau lebih murah	Ordinal	23
		Membeli karna tempat lebih dekat dari rumah, kantar ataupun kampus	Ordinal	24
	Keputusan Pembelian	Membeli dalam kurun waktu harian	Ordinal	25
		Membeli produk secara mendadak	Ordinal	26
	Perilaku Setelah Pembelian	Melakukan pembelian sesuai dengan keinginan	Ordinal	27
		Melakukan pembelian karena adanya bonus dengan produk yang ditawarkan	Ordinal	28
Membeli kembali produk		Ordinal	29	

		karena berkualitas		
		Menjadi pilihan utama saat membeli kembali	Ordinal	30

Sumber: Data Diolah Peneliti 2021

Berdasarkan tabel 3.1 terdapat beberapa pernyataan didalam rancangan kuisoner dan dalam rancangan kuisoner terdapat di operasionalisasi variabel disusun menggunakan dimensi, indikator, dan alat ukur untuk membentuk rancangan kuisoner yang akan dibagikan kepada konsumen.

3.4 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang dipuruskan untuk belajar dan kemudian menarik kesimpulan (Sugiyono, 2017:80) Populasi yang digunakan untuk penelitian adalah konsumen Rm Bolana yang berada di Kabupaten Bogor. Bisa di liat pada tabel 3.2 di halaman berikutnya.

Tabel 3.2

**Jumlah pengunjung Rumah Makan
Januari – Desember, 2020**

Bulan	Jumlah Konsumen
Januari	760
Februari	738
Maret	724
April	867
Mei	1.112
Juni	875
Juli	981
Agustus	883
September	972

Bulan	Jumla Konsumen
Oktober	906
November	774
Desember	628
Total	10.220

Sumber: rumah Makan Bolana Kabupaten bogor 2020

Berdasarkan tabel 3.2 menunjukkan jumlah pengunjung yang datang ke Rm Bolana mengalami naik turun setiap bulannya . Populasi yang akan diambil dalam penelitian ini adalah rata-rata dari jumlah keseluruhan pengunjungnya selama periode bulan Januari 2020-desember 2020 yaitu sebanyak 10.220 orang.

3.4.1 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diperoleh secara representasi penonton yang pasti, jelas dan lengkap. Sampel merupakan salah satu elemen 100 keseluruhan yang menjadi objek pembelajaran. Jika penelitian menggunakan sampel Peneliti bisa mendapatkan karakteristik sampel dari keseluruhan karakteristik yang dapat diperkirakan. Berdasarkan sugiyono (2017: 81) Sampel ini merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh penduduk. Dalam penelitian ini tidak semua populasi sebagai sampel, tetapi hanya terbatas pada sebagian dari populasi. Hal ini disebabkan keterbatasan peneliti dalam melakukan percobaan, serta penelitian tentang waktu, energi, dan kelebihan populasi. Oleh karena itu, sampel yang dikumpulkan harus benar-benar representatif

Khususnya dalam penelitian ini diambil sampelnya, populasi dengan persentase kesalahan yang diperbolehkan sebesar 10% (0.10) dan gunakan rumus Slovin yang untuk menentukan ukuran sampel dapat ditampilkan sebagai berikut:

Dimana:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang di tolerir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%) Jadi: Sehingga:

$$n = 628 / (1 + (628 \times 0,01))$$

$$n = 628 / (1 + 628 \times 0,01)$$

$$n = 628 / (1 + 6,28)$$

$$n = 628 / 7,28 \quad n = 86$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka dapat diperoleh ukuran (n) dalam penelitian ini sebanyak 86 (dibulatkan) orang yang akan dijadikan sampel.

3.4.2 teknik sampling

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling* yaitu adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel penelitian (Sugiyono, 2017:82).

Teknik *non probability sampling* yang digunakan yaitu dengan *sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel penelitian berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui peneliti itu cocok untuk diambil sebagai sumber data Sugiyono (2017:83). Dalam penelitian ini, sampelnya adalah konsumen atau pengunjung Distro Insurgent Club Kota Bandung. Pada halaman berikutnya peneliti akan menyajikan karakteristik responden dari teknik *purposive sampling* yang akan digunakan dalam penelitian :

Tabel 3.3
Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Keterangan
1	Jenis kelamin	1. Perempuan 2. Laki-laki
2	Usia	1. 17 – 25 Tahun 2. 26 – 35 Tahun 3. >35 Tahun
3	Pendidikan	1. SMA 2. Ahli Madya (D3) 3. Strata Satu (S1) 4. Strata Dua (S2) 5. Strata Tiga (S3)
4	Pekerjaan	1. Pelajar 2. Mahasiswa 3. Pegawai Swasta 4. PNS 5. Lainnya
5	Penghasilan	1. < Rp 1.000.000 per bulan 2. Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000 per bulan 3. Rp 2.600.000 – Rp 3.500.000 per bulan 4. Rp 3.600.000 – Rp 4.500.000 per bulan 5. Rp > Rp 4.500.000 per bulan
6	Frekuensi pembelian	1. 1 kali per bulan 2. > 1 kali per bulan

Sumber: Peneliti, 2021

3.4.3 Teknik Pengumpulan Data

Data kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis, dalam Sugiyono (2017:455), Data yang diperlukan untuk penelitian ini didapat dari penelitian di rumah makan Bolana yang berada di Kabupaten Bogor dari oktober 2021 sampai penelitian

selesai november 2021. Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Untuk memperoleh sebuah jawaban dari permasalahan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan studi kepustakaan dan studi dokumentasi. Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari buku, penelitian terdahulu, dan laporan duplikasi yang mempunyai hubungan erat dengan objek penelitian yang kemudian dianalisis. Untuk menentukan sebuah alasan dan jawaban dari permasalahan.

3.4.4 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan beberapa metode untuk mendapatkan sumber data yang dapat membantu proses penyelesaian penelitian ini. Beberapa metode tersebut di antaranya adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Merupakan data yang diperoleh secara langsung pada objek penelitian dengan cara wawancara, kuesioner dan observasi serta keadaan langsung yang ada di lapangan pada saat itu.

a. Wawancara

Teknik wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin mengetahui secara lebih detail mengenai data dan informasi untuk kepentingan penelitian dengan cara melakukan sesi tanya jawab yang dilakukan secara langsung dengan responden ataupun dengan pihak

organisasi atau perusahaan terkait dengan pertanyaan yang menunjukkan seberapa minat serta ketertarikan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

b. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan alat ukur yang dilakukan dengan cara membuat daftar pertanyaan yang kemudian akan dijawab langsung oleh responden. Kuesioner yang dibagikan kepada responden untuk mengetahui karakteristik responden dan pendapat mengenai masalah penelitian yaitu pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan pembelian dan implikasinya terhadap loyalitas pelanggan.

c. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis (Sutrisno dalam Sugiyono, 2017:145). Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Proses observasi yang dilakukan dalam penelitian ini dengan cara mengamati secara langsung bagaimana kondisi dari objek penelitian dan juga melihat bagaimana kaitannya dengan masalah penelitian yang sedang dilakukan untuk diteliti oleh peneliti.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan yaitu merupakan pengumpulan data dengan mengumpulkan data file laporan perusahaan dan data-data lain yang berhubungan dengan penelitian yang dapat membantu proses penyelesaian penelitian, seperti :

a. Buku

Buku yang digunakan adalah yang sesuai dengan penelitian ini dan dapat membantu memperlengkap informasi yang dibutuhkan untuk menjawab masalah penelitian.

b. Jurnal

Jurnal yaitu data pendukung yang berasal dari jurnal penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti lainnya dan yang berhubungan dengan penelitian yang dianggap relevan dengan topik penelitian yang peneliti lakukan.

c. Internet

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

3.5 Uji Instrumen

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 yang lain atau dengan kata lain sejauh mana pernyataan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan tersebut.

3.6 Uji Validitas

Validitas adalah suatu alat yang digunakan menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Menurut pendapat Sugiyono (2017:384) 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 instrumen yang dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor dari setiap butir dengan skor totalnya. Valid berarti bahwa instrumen tersebut dapat diukur untuk mengukur apa seharusnya

diukur. Pengujian validitas dapat dilakukan dengan cara analisis faktor, yaitu mengkorelasikan antara skor butir soal dengan total dengan menggunakan rumus

Pearson Product Moment sebagai berikut :

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi product moment

R = Koefisien validiras item yang dicari

x = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

y = Skor total instrumen

n = Jumlah responden dalam uji instrumen

$\sum X$ = Jumlah hasil pengamatan variabel X

$\sum Y$ = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

Σxy = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

Σx^2 = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

Σy^2 = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

- a. Jika r hitung $\geq r$ tabel, maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung $\leq r$ hitung, maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Menurut pendapat Sugiyono (2017:125) untuk mencari validitas sebuah item, harus mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antaritem dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 22 (*Statiscal Product and Service Solution 22*). Hasil dari uji validitas ini dapat dilihat pada bagain *Item-Total Statstic* dan untuk melihat hasil dari masing-masing responden dapat dilihat dalam tabel *Item-Total Correlation*.

3.6.1 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan suatu ukuran yang dapat dipercaya, dengan kata lain jika dilakukan dua (dua kali) atau lebih pengukuran untuk gejala yang sama, maka pengukuran tersebut harus dilakukan. Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan tingkat ketelitian, akurasi dan konsistensi, meskipun kuesioner digunakan dua kali atau lebih pada waktu lain. Uji

reliabilitas dilakukan terhadap item yang dinyatakan valid dalam kuesioner (Sugiyono 2017: 173).

Metode yang akan digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode *Alpha Cronbach (CA)* merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus *spearman brown* untuk mengetahui konsistensi alat ukur apakah dapat diandalkan dan konsistensi jika dilakukan pengukuran berulang dengan instrumen tersebut, berikut ini cara kerjanya :

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok ganjil dan genap
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil dan genap.
3. Korelasi skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus :

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi product moment

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

$\sum A^2$ = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

$\sum B^2$ = Jumlah kuadran total skor belahan genap

ΣAB = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi spearman brown sebagai berikut :

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

Keterangan :

r = Nilai reliabilitas

rb = Korelasi pearson product moment antar belahan pertama (ganjil) dan belahankedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen (rb hitung), kemudian nilai reliabilitas instrumen (rb hitung) tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dantaraf nyata sehingga akan memunculkan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.
- b. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

3.6.1 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Metode analisis dan pengujian hipotesis menggambarkan metode analisis pernyataan dan hipotesis penelitian digunakan untuk menjawab pertanyaan. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, persepsi responden terhadap fenomena sosial ini. Dalam skala likert, variabel yang akan diukur diubah menjadi indikator variabel dan digunakan sebagai titik awal untuk menyusun proyek instrument alternatifnya adalah masalah. Jawaban untuk setiap proyek instrumen adalah menggunakan skala Likert untuk mengubah skala dari sangat positif ke ekstrimSangat negatif, yaitu menilai setiap jawaban pertanyaan alternatif.

3.6.2 Analisis Deskriptif

Pada metode ini berguna untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan untuk umum. Analisa mengenai karakteristik dari responden terdiri dari usia, Pendidikan, dan penghasilan. Dimana variabel (X1) =Kualitas Produk, (X2) = Harga dan variabel dependen (Y) =Keputusan Pembelian. Pada setiap kusioner memiliki lima jawaban dengan nilai yang berbed

Ghozali (2018: 19) menyatakan bahwa statistik deskriptif memberikan gambaran suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness. Statistik deskriptif dapat menjelaskan variabel-variabel yang terdapat didalam penelitian ini. Statistik deskriptif juga menyajikan ukuran-ukuran numerik yang sangat penting bagi data sampel. Pengujian ini dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS.

Tabel 3.4
Alternatif Jawaban Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiono (2017: 160)

Pada tabel 3.3 Dapat terlihat bahwa alternatif jawaban dan bobot nilai untuk item-item instrument pada kuisioner. Bobo ini memudahkan responden untuk menjawab pertanyaan. Untuk mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat

$$\Sigma p = \frac{\Sigma \text{Jawaban kuisioner}}{\Sigma \text{Pertanyaan} \times \Sigma \text{Responden}} = \text{Skor rata-rata}$$

perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk kedalam kategori : sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Untuk menetapkan skor rata-rata maka jumlah jawaban kuisioner dibagi jumlah pertanyaan dikalikan jumlah responden. Untuk lebih jelas berikut cara perhitungannya

Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor berikut:

Keterangan

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

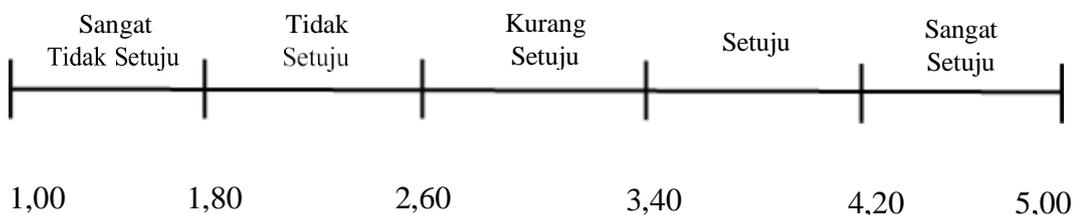
Maka dapat kita tentukan kategori skala sebagai berikut:

Tabel 3.5
Kategori Skala

No	Interval	Kategori
1	1,00-1,080	Sangat Tidak Baik
2	1,81-2,60	Tidak Baik
3	2,61-3,40	Kurang Baik
4	3,41-4,20	Baik
5	4,21-5,00	Sangat Baik

Sumber: Sugiono (2017:95)

Setelah nilai rata-rata jawaban telah di ketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum sebagai berikut:



Sumber: Sugiyono, 2017

Gambar 3.1
Garis Kontinu

3.7 Analisis Verifikatif

Menurut Sugiyono (2017: 55), analisis validasi merupakan metode penelitian yang dirancang untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode ini digunakan untuk menguji keabsahan hipotesis. Verifikatif adalah menguji teori dengan memeriksa apakah hipotesis diterima. Teknik analisis ini digunakan untuk

mengetahui pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai pengatuh tersebut, maka peneliti menggunakan beberapa metode seperti method successive interval (MSI), analisis regresi linier berganda, dan analisis korelasi berganda. Berikut peneliti memaparkan beberapa metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3.8 Method Of Succeive Internal

Metode suksesif interval merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu ditransformasi menjadi interval, karena penggunaan analisis linier berganda data yang telah diperoleh harus merupakan data dengan skala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (Method Of Succesive Internal). Dalam banyak prosedur statistik seperti regresi, korelasi pearson, uji t dan lain sebagainya mengharuskan data berskala interval. Oleh karena itu, jika hanya mempunyai data berskala ordinal maka data tersebut harus diubah kedalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur tersebut. Langkah-langkah menganalisis data dengan menggunakan MSI sebagai berikut:

1. Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab 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 tentukan nilai Z.
6. Menghitung Scale Value (SV) untuk masing-masing responden dengan rumusan berikut.
7. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan rumus:

$$y = sv + [k]$$

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

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.

3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk (X1), Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Sugiyono (2017:210) berpendapat bahwa analisis regresi linier 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 dan variabel dependen apakah masing-masing independen berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen apabila variabel

dependen tersebut mengalami perubahan. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

Keterangan:

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

Y = Variabel terikat (Keputusan Pembelian)

a = Bilangan konstanta

b = Koefisien regresi, merupakan besarnya perubahan variabel terikat akibat perubahan tiap-tiap unit variabel bebas

X₁ = Variabel bebas (Kualitas Produk)

X₂ = Variabel bebas (Harga)

e = Tingkat kesalahan (standard error)

3.8.2 Analisis Kolerasi Berganda

Analisis korelasi ganda merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara variabel X₁ (Kualitas Produk) dan X₂ (Harga) dan variabel Y (Keputusan Pembelian). Kekuatan hubungan antar variabel ini bisa disebut dengan “koefisien korelasi”. Koefisien korelasi adalah nilai yang menunjukkan kuat tidaknya hubungan linier antara dua variabel. Berikut ini adalah rumus korelasi berganda:

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

Dimana:

r² = Koefesien kolerasi berganda

JK(reg) = Jumlah kuadrat regresi

ΣY^2 = Jumlah kuadrat total kolerasi

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

Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan variabel Keputusan Pembelian (Y) Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antara variabel negatif. Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan kolerasi.

Tabel 3.6
Taksiran Besarannya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Lemah
0,200 – 0,399	Lemah
0,400 – 0,599	Cukup
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 0,999	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2017:184)

3.8.3 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis merupakan kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat dugaan semen tara karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y), secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk kolerasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1).

3.8.4 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap

variabel terikat. Untuk menguji kedua hipotesis ini digunakan uji statistik F. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan output SPSS, dengan kriteria pengujian hipotesis dengan tingkat signifikansi (α) = 0,1 artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%. ditentukan sebagai berikut :

H₀ : $\beta_1, \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh *Kualitas produk* dan *Harga* terhadap *keputusan pembelian*

H₁ : $\beta_1, \beta_2 \neq 0$ Terdapat pengaruh terhadap pengaruh *Kualitas Produk* dan *Harga* terhadap *keputusan pembelian*

Pasangan hipotesis tersebut kemudian di uji untuk mengetahui apakah hipotesis ditolak atau diterima, berikut merupakan rumus untuk menguji hipotesis :

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

Dimana :

R^2 = Kuadran Koefisien

Korelasi Ganda K = Banyaknya

variabel bebas

N = Jumlah anggota sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan

dengan F Tabel $(n-k-1)$ = Derajat kebebasan

Berdasarkan perhitungan terakhir maka akan diperoleh distribusi F dengan pembilang (K) dan penyebut $(n-k-1)$ dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Apabila F hitung $>$ F Tabel (α) = 0.1 maka H_0 ditolak dan H_a diterima

(signifikan)

Apabila $F_{hitung} < F_{Tabel} (\alpha) = 0.1$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. (tidak signifikan)

3.9 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan output SPSS, dengan kriteria pengujian hipotesis dengan tingkat signifikansi (α) = 0,1 artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10% ditentukan sebagai berikut :

1. Pemasaran media sosial terhadap Proses keputusan pembelian
 - a. $H_0 : \beta_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap Proses keputusan pembelian
 - b. $H_1 : \beta_1 \neq 0$, terdapat pengaruh kualitas produk terhadap Proses keputusan pembelian
2. Kesadaran merek terhadap Proses keputusan pembelian
 - a. $H_0 : \beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian
 - b. $H_1 : \beta_2 \neq 0$, terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Untuk menghitung pengaruh parsial tersebut maka digunakan lah *T-test* dengan rumus sebagai berikut :

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

Dimana:

t hitung = Statistik Uji Kolerasi

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

Selanjutnya hasil hipotesis t hitung dibandingkan dengan t Tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Apabila T hitung > T Tabel (α) = 0.1 maka H₀ ditolak dan H_a diterima.
2. Apabila T hitung < T Tabel (α) = 0.1 maka H₀ diterima dan H_a ditolak.

3.10 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh *Kualitas Produk* (X_1), *Harga* (X_2) terhadap *Keputusan Pembelian* (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus sebagai berikut:

1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase X_1 (*Kualitas Produk*) dan X_2 (*Harga*) terhadap variabel Y (*Keputusan Pembelian*) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien kolerasinya yaitu:

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

Dimana :

Kd = Nilai koefisien determinasi

R = Koefisien korelasi product moment

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Adapun koefisien determinasi parsial adalah koefisien untuk mengetahui besarnya kontribusi yang diberikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (terpisah), berikut rumus koefisien determinasi

parsial :

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

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

β = Nilai standardized coefficients

Zero Order = Korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat Kriteria-kriteia untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- a. Jika Kd mendekati (0), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel dinyatakan lemah.
- b. Jika Kd mendekati (1), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan kuat.

3.11 Rencana kuisyoner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalisasikan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel kualitas produk, harga 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. Responden tinggal memilih pernyataan yang sudah disediakan peneliti seperti adanya pilihan sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Responden tinggal memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti menyangkut variabel- variabel yang sedang diteliti.

3.12 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Bogor dan melakukan penelitian pada konsumen Rumah makan Bolana di Kabupaten bogor. Penelitian ini terhitung mulai bulan Juni 2021 sampai dengan Agustus 2021