

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metodologi merupakan salah satu cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi atau data yang berkaitan dengan penelitian. Metode penelitian adalah metode secara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Tujuan adanya metode penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran tentang bagaimana penelitian dilakukan, sehingga permasalahan dapat diselesaikan. Secara umum tujuan penelitian untuk menggambarkan, membuktikan, mengembangkan, menemukan, dan untuk menciptakan (Sugiyono, 2019:5).

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah suatu jenis penelitian yang dilakukan untuk memahami arti suatu variabel yang diberikan, baik satu variabel atau lebih (yang berdiri sendiri atau yang tidak), tanpa membuat perbandingan antara variabel itu sendiri atau mencari hubungan dengan yang lain (Sugiyono, 2018:147). Metode deskriptif digunakan untuk mengetahui kualitas produk, persepsi harga, pelayanan dan keputusan pembelian di Toko Galink Clothing Subang.

Tujuan dari metode verifikasi adalah untuk menguji teori dan menentukan apakah hipotesis tertentu diterima atau tidak dengan menggunakan metode status hipotesis yang terukur (Sugiyono, 2018:36). Metode tersebut juga digunakan untuk menguji pengaruh atau bentuk hubungan sebab akibat dari masalah yang

sedang diteliti atau diajukan dalam hipotesis. Metode verifikatif dalam penelitian ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah tentang bagaimana penilaian konsumen dalam pengaplikasian aspek kualitas produk yang terdapat pada Toko Galink Clothing Subang, bagaimana penilaian konsumen dalam pengaplikasian aspek harga terhadap Toko Galink Clothing Subang, bagaimana penilaian konsumen dalam pengaplikasian aspek pelayanan terhadap Toko Galink Clothing Subang, dan bagaimana penilaian konsumen mengenai aspek keputusan pembelian terhadap produk dari Toko Galink Clothing Subang.

Berdasarkan sifat penelitian yaitu deskriptif dan verifikatif yang dilakukan dengan mengumpulkan data lapangan, maka metode yang digunakan adalah metode survey. Menurut Sugiyono (2019:57), metode penelitian survey adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang peristiwa yang terjadi di masa lalu atau saat ini, termasuk keyakinan, pendapat, sifat karakter, perilaku, dan hubungan antar variabel, serta untuk mendukung sejumlah hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis. dari sampel yang diambil dari populasi sasaran, serta teknik pengumpulan data menggunakan pengamatan (wawancara atau kuesioner) dan hasil yang tidak mendalam, dan cenderung untuk digeneralisasikan.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:66), variabel penelitian adalah segala sesuatu yang didasarkan pada apa yang ditetapkan pada penelitian sehingga akan mendapatkan informasi tentang topik tersebut dan kemudian merumuskan kesimpulannya.

Operasionalisasi variabel adalah penjelasan tentang variabel -variabel yang akan diteliti dan untuk menentukan mana variabel bebas (*independent variable*), variabel terikat (*dependent variable*), dan variabel penengah (*intervening variable*). Dalam penelitian ini, berfokus pada tiga variabel bebas (*independent variable*) terhadap satu variabel terikat (*dependent variable*). Berdasarkan judul penelitian yang diambil yaitu ”Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Galink Clothing Subang” maka variabel penelitian yang diteliti adalah tiga variabel bebas (*independent variable*) yaitu Kualitas Produk (X_1) Persepsi Harga (X_2) dan Pelayanan (X_3) serta satu variabel terikat (*dependent variable*) yaitu keputusan pembelian (Y).

3.2.1 Definisi Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang diciptakan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya menurut Sugiyono (2017:38). Dalam penelitian ini telah ditentukan tentang variabel bebas atau *independent variable* (X) dan variabel terikat atau *dependent variable* (Y). Mengutip pada definisi menurut Sugiyono (2017:39) variabel bebas atau *independent* (X) merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Berdasarkan judul penelitian terdapat empat variabel utama dalam penelitian ini yaitu variabel kualitas produk (X_1) Persepsi Harga (X_2) dan Pelayanan (X_3) dan Keputusan Pembelian (Y). Variabel tersebut dapat diuraikan sebagai berikut.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel *independent* dalam penelitian ini adalah variabel kualitas produk, persepsi harga dan pelayanan, sedangkan operasionalisasi

variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah variabel keputusan pembelian.

Tabel operasionalisasi variabel dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Variabel <i>Independent</i> Kualitas Produk (X_1) Kualitas Produk sebagai keseluruhan ciri dari suatu produk maupun pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan ataupun tidak. Kotler dan Armstrong (2018:250)	Kinerja (<i>Performance</i>)	Persepsi konsumen mengenai kenyamanan bahan penggunaan produk	tingkat kenyamanan penggunaan produk	Ordinal	1
		Kualitas produk Toko Galink Clothing memiliki kualitas bagus	Tingkat kualitas produk	Ordinal	2
	Keistimewaan pada produk	Keragaman produk	Tingkat keragaman produk	Ordinal	3
		Persepsi konsumen tentang <i>Custom</i> desain produk	Tingkat keragaman produk	ordinal	4
	Kehandalan	Sesuai dengan harapan konsumen	Kualitas produk sesuai dengan harapan konsumen	Ordinal	5
		Kepuasan terhadap pemakaian produk	Tingkat kepuasan produk	Ordinal	6
	Kesesuaian dengan spesifikasi	Persepsi konsumen tentang kesesuaian produk dan manfaat	Tingkat kesesuaian produk dengan manfaat	Ordinal	7
		Persepsi konsumen tentang kesesuaian produk dan harga	Tingkat kesesuaian produk dan harga	Ordinal	8
	Ketahanan	Persepsi	Tingkat	Ordinal	9

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item	
		konsumen tentang ketahanan produk dalam segi warna	ketahanan warna produk			
		Persepsi konsumen tentang ketahanan bahan	Tingkat ketahanan bahan	Ordinal	10	
	Kemampuan pelayanan	Persepsi konsumen tentang kemampuan pelayanan	Tingkat kemampuan pelayanan	Ordinal	11	
		Persepsi konsumen tentang kesopanan pelayan	Tingkat kemampuan pelayanan	Ordinal	12	
	Estetika	Persepsi konsumen tentang desain produk	Tingkat daya tarik desain produk	Ordinal	13	
		Persepsi konsumen tentang desain	Tingkat daya tarik desain	Ordinal	14	
	Kualitas yang dirasakan	Persepsi konsumen tentang reputasi kualitas produk	Tingkat reputasi suatu kualitas produk	Ordinal	15	
		Persepsi konsumen tentang reputasi merek	Tingkat reputasi merek produk	Ordinal	16	
	Variabel <i>Independent</i> Persepsi Harga (X ₂) Harga (<i>price</i>) adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk	kejangkauan harga	Persepsi konsumen tentang variasi harga produk	Tingkat variasi harga produk	Ordinal	17
			Persepsi konsumen tentang keterjangkauan harga	Tingkat kejangkauan harga	Ordinal	18
Kesesuaian harga dengan		Persepsi konsumen	Tingkat kesesuaian	Ordinal	19	

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item	
memperoleh produk. Kotler dan Amstrong (2018:73)	kualitas produk	tentang kesesuaian harga dengan kualitas produk	harga dengan kualitas			
		Persepsi konsumen tentang kesesuaian harga dengan barang yang diinginkan	Tingkat kesesuaian harga dengan produk	Ordinal	20	
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Manfaat produk sesuai harga yang ditawarkan	Tingkat manfaat produk	Ordinal	21	
		Persepsi konsumen tentang harga sesuai dengan harapannya	Tingkat kesesuain harga dengan harapan	ordinal	22	
	Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	Potongan harga	tingkat potongan harga beragam	Ordinal	23	
		Persepsi harga Toko Galink Clothing dengan pesaing	Tingkat daya saing harga	ordinal	24	
	Variabel <i>Independent</i> Pelayanan (X ₃) Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.	Aspek fisik	Tata letak produk	Tingkat kemudahan dalam mencari barang	Ordinal	25
			Ketersediaan lahan parkir luas	Tingkat kemudahan parkir	ordinal	26
Kehandalan		Pelayanan yang tepat dan handal	Tingkat pelayanan yang tepat	Ordinal	27	
		Pelayanan yang cepat terhadap konsumen	Tingkat pelayanan	ordinal	28	
Interaksi personal		Sikap sopan dan ramah	Tingkat kesopanan dan keramahan	Ordinal	29	
		Kesigapan	Tingkat	Ordinal	30	

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Kotler (Laksana, 2018:85),		dalam membantu konsumen	kesigapan		
	Pemecahan masalah	Penanganan komplain	Tingkat kecepatan penanganan komplain	Ordinal	31
		Kecepatan penanganan retur	Tingkat kecepatan penanganan retur	Ordinal	32
	Kebijakan	Alat pembayaran	Tingkat kebijakan alat pembayaran	Ordinal	33
		Jam operasional toko	Tingkat jam operasional toko	Ordinal	34
Variabel <i>Dependent</i> Keputusan Pembelian (Y) Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen baik individu, kelompok atau organisasi dalam memilih atau membeli. Kotler & Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran	Pilihan produk	Pemilihan produk sesuai dengan kebutuhan	tingkat keputusan pembelian produk sesuai dengan kebutuhan	Ordinal	35
		Pemilihan karena kualitas produk bagus	Tingkat keputusan pembelian sesuai dengan kualitas	ordinal	36
	Pilihan merek	Pemilihan produk berdasarkan popularitas	tingkat keputusan pembelian berdasarkan popularitas produk	Ordinal	37
		Pemilihan karena merek produk terkenal	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan merek	Ordinal	38
	Pilihan tempat penyalur	Ketersediaan produk	Ketersediaan produk mempermudah mendapatkan produk	Ordinal	39
		Harga produk terjangkau	Keterjangkauan harga	ordinal	40
	Jumlah pembelian	Jumlah penjualan	Tingkat jumlah penjualan	Ordinal	41

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	atau kuantitas	produk	produk		
		Jumlah pembelian karena pelayanan	Tingkat jumlah pembelian	ordinal	42
	Waktu pembelian	Kesesuaian produk dengan tingkat kebutuhan	Tingkat kebutuhan ketika produk yang dimiliki habis	Ordinal	43
		Pembelian produk secara mendadak	Tingkat pembelian mendadak atau tidak terduga	ordinal	44
	Metode pembayaran	Kemudahan dalam pembayaran	Tingkat kualitas reputasi dan testimoni kemudahan pembayaran	Ordinal	45
		Pemilihan pembayaran dengan berbagai metode	Tingkat kemudahan pembayaran	ordinal	46

Sumber: Diolah Peneliti 2023

3.3 Populasi, Sampel dan Sampling

Populasi dan sampel merupakan bagian dari beberapa penelitian. Kegiatan penelitian membutuhkan metode yang aman dan harus memiliki tujuan penelitian yang jelas agar memahami pokok masalah agar dapat diteliti dan menemukan penyelesaian masalah saat ini. Populasi dan sampling merupakan konsep yang penting untuk dipahami dalam kaitannya dengan populasi, sampling, dan teknik sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini.

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017:115), populasi adalah area umum yang difokuskan pada suatu objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik

tertentu dan digunakan dalam penelitian untuk dipelajari sebelum ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan pengertian diatas, maka populasi dalam penelitian ini adalah produk pada Toko Galink Clothing Subang dan berikut adalah jumlah pembelian produk Toko Galink Clothing Subang, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.2
Data Jumlah Pembeli Produk Toko Galink Clothing di Subang Tahun 2022

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	150
2	Februari	130
3	Maret	135
4	April	130
5	Mei	127
6	Juni	115
7	Juli	100
8	Agustus	93
9	September	89
10	Oktober	84
11	November	80
12	Desember	76
	Jumlah	1.309

Berdasarkan tabel 3.2 di atas menjelaskan bahwa jumlah pembeli produk pada Toko Galink Clothing pada tahun 2022 adalah sebanyak 1.309 orang.

3.3.2 Sampel dan Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2017:81), sampel adalah sebagian dari ukuran dan karakteristik populasi. Jika populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada data populasi, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Dengan yang dipelajari dari sampel tersebut, kesimpulannya akan digunakan untuk populasi. Karena itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif. Menurut Anwar Sanusi (2017:101)

slovin, memasukkan unsur kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sampel adalah bagian dari keseluruhan dan karakteristik populasi yang diteliti dengan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilai $e=10\%$ adalah sebagai berikut.

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

Sumber: Anwar Sanusi (2017:101)

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

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

$$n = \frac{1.309}{1+1.309(0,1)^2} = 92.90$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diperoleh jumlah sampel 92,90 dan dibulatkan menjadi 93. Sehingga didapat bahwa pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan jumlah populasi sebanyak 1.309 orang, maka sampel yang diambil sebanyak 93 responden.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampling. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Berikut adalah penjelasan dari kedua teknik sampling tersebut menurut Sugiyono (2019:129-131) yaitu:

1. *Probability Sampling*

Probability Sampling adalah suatu teknik untuk membuat sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap individu (anggota) populasi untuk menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi *simple random sampling*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified sampling*, dan *sampling area*.

2. *Non Probability Sampling*

Non Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan atau waktu yang sama bagi setiap segmen populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel meliputi *sampling sistematis*, *kuota*, *aksidental*, *purposive*, *jenuh*, dan *snowball*.

Pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan teknik *non probability sampling*. Adapun teknik *non probability sampling* yang digunakan yaitu *sampling insidental*. Menurut Sugiyono (2019:131) *sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Yakni siapa saja yang secara kebetulan (*insidental*) bertemu dapat digunakan sebagai sampel, jika orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019:296), metode yang paling penting dalam melakukan penelitian adalah teknik pengumpulan data karena mendapatkan data adalah tujuan utama dari melakukan penelitian. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, dengan berbagai sumber, dan dengan berbagai cara. Segera setelah ringkasan data dipahami, pengumpulan data dapat

menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*field research*)

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh data primer yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan terhadap obyek yang akan diteliti. Data primer tersebut diperoleh melalui:

a) Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang memiliki ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2019:203). Dalam penelitian ini, dilakukan pengamatan secara langsung untuk mengumpulkan data yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yaitu Kualitas Produk, Persepsi Harga, Pelayanan dan Keputusan Pembelian pada Toko Galink Clothing Subang.

b) *Interview* (wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil (Sugiyono, 2019:195). Wawancara dilakukan kepada beberapa konsumen dan pemilik Toko Galink Clothing Subang mengenai permasalahan yang diteliti.

c) *Kuesioner* (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2019:199). Daftar pernyataan yang telah disusun, kemudian dibuat dengan media Google Form dan disebarakan kepada konsumen Toko Galink Clothing Subang secara online dengan bantuan dari media internet.

2. Penelitian Kepustakaan (*library research*)

Metode lain untuk mengumpulkan data termasuk membaca dan mempelajari literatur yang berhubungan dengan proyek penelitian yang sudah berjalan. Metode ini termasuk pengumpulan informasi dan berbagai jenis pengumpulan data lainnya. Ini diperlukan untuk mendapatkan data sekunder yang dapat menunjang penelitian dan bersifat lebih teoritis. Adapun cara yang dilakukan dalam pengambilan data sekunder sebagai berikut:

a) Data dari perusahaan

Data dari Toko Galink Clothing Subang yang meliputi sejarah toko, sistem penjualan dan lainnya yang bersangkutan dengan usaha.

b) Jurnal penelitian

Pengamatan terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan secara ilmiah. Peneliti mengamati jurnal penelitian yang dianggap relevan dengan topik permasalahan yang berada di dalam penelitian ini.

c) Internet

Pengumpulan data atau informasi yang sesuai dengan topik permasalahan penelitian yang di mana sudah tersedia dan dipublikasikan di internet, baik yang berbentuk jurnal, artikel, makalah ataupun karya tulis.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Berdasarkan prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Jadi instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian (Sugiyono, 2019:156). Instrumen penelitian yang digunakan adalah pertanyaan atau pernyataan dari kuesioner. Sebuah kuesioner atau hipotesis sangat bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian tidak akan berguna apabila instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak mempunyai *reliability* (tingkat kehandalan) dan *validity* (tingkat kesahan) yang tinggi. Uji instrumen terbagi dua yaitu uji validitas dan uji reliabilitas yang berfungsi untuk mengetahui apakah penelitian layak dipakai atau tidak.

3.5.1 Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Sugiyono, 2019:175). Untuk mencari validitas sebuah item, peneliti harus mengkorelasikan skor item pertanyaan dengan skor total seluruh item pertanyaan tersebut. Jika koefisien korelasi lebih besar nilainya dari 0,3 ($r_{hitung} > r_{tabel}$) maka akan dinyatakan valid, sedangkan jika koefisien korelasinya lebih kecil nilainya dari 0,3 ($r_{hitung} < r_{tabel}$) maka akan dinyatakan tidak valid. Perhitungan validitas adalah dengan menggunakan rumus *pearson product moment*, menurut Sugiyono (2019:246) rumusnya sebagai berikut:

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

Dimana:

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah responden

$\sum x_i$ = Jumlah skor item

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

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

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

$\sum xy$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrument atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrument atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Hasil perhitungan setiap butir pertanyaan diuji validitasnya dengan bantuan dari media komputerisasi yakni menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*). Hal ini dimaksudkan untuk mempermudah dalam proses mengolah data yang telah ada. Adapun hasil dari uji validitas, dapat dilihat pada tabel item-total statistics di dalam corrected item-total correlation yang nilai (r_{hitung}) harus $> 0,3$ agar valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data reliabel atau tidak

dan alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas. Suatu alat ukur bisa diandalkan apabila 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.

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang jika digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2019:176). Reliabilitas menunjukkan sejauh mana tingkat kekonsistenan pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau sejauh mana pertanyaan atau pernyataan kuesioner dapat dimengerti sehingga tidak menyebabkan perbedaan interpretasi dalam pemahaman pertanyaan tersebut. Untuk pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien *Cronbach Alpha* (α) dengan bantuan dari media komputerisasi yakni menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 24 for windows dan dimanfaatkan untuk dapat melihat reliabilitas dari tiap instrumen yang digunakan dalam penelitian. Rumus reliabilitas sebagai berikut:

$$r_1 = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Sumber: Sugiyono (2019:176)

Keterangan:

r_1 = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

σ_t^2 = Varians total

Pengujian reabilitas dengan *Alpha Cronbach* bisa dilihat dari nilai Alpha, jika nilai Alpha $>$ dari nilai r_{tabel} yaitu 0,7 maka dapat dikatakan reliabel, begitupun sebaliknya jika nilai Alpha $<$ dari nilai r_{kritis} yaitu 0,7 maka tidak reliabel. Selain itu dapat di lihat dengan nilai reliabilitas (r_{hitung}) dibandingkan dengan (r_{kritis}) yang sesuai dengan jumlah responden dan taraf nyata dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{kritis}}$: Instrumen tersebut dikatakan reliabel
2. Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{kritis}}$: Instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel.

3.5.3 *Method Of Succesive Interval (MSI)*

Sebelum data analisis lebih lanjut, untuk data berskala ordinal perlu dirubah menjadi interval dengan teknik method siccesive interval langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- a. Tentukan secara tegas variabel apa yang akan dicari, diukur, diteliti, diolah untuk mendapatkan hasil yang baik.
- b. Tentukan berapa responden yang memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
- c. Setiap frekuensi pada reponden dibagi dengan keseluruhan responden disebut sebagai proporsi.
- d. Tentukan proporsi kumulatif (proporsi kumulatif mendekati distribusi).
- e. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar kita tentukan nilai.
- f. Tentukan nilai densitas untk setiap nilai y yang diperoleh.
- g. Menentukan nilai skala (*scala values*)

$$SV = \frac{\text{Density of Lower Limit} - \text{Density of Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

h. Menentukan nilai transformasi :

$$Y = sv + [K]$$

Dimana: $K = 1 + SV \text{ min}$

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variable dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan.

Analisis data dalam bentuk statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan presentase. Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya suatu hubungan antar variabel melalui analisis kolerasi, melakukan prediksi, dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi (Sugiyono. 2017:148). Kebenaran hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul.

Berdasarkan pendapat yang telah di paparkan di atas sampai pada pemahaman bahwa analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui

pengaruh antara variabel independen (X_1) = kualitas produk, (X_2) = persepsi harga, (X_3) pelayanan terhadap variabel dependen (Y) = keputusan pembelian.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Metode deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis mengenai karakteristik dari responden yang terdiri dari usia, pendidikan, dan penghasilan. Dimana variabel X_1 (kualitas produk), variabel X_2 (persepsi harga), Variabel X_3 (pelayanan), dan variabel Y (keputusan pembelian), setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda. Setiap pilihan jawaban akan diberikan skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (item negatif). Skor atas pilihan jawaban untuk kuisisioner yang diajukan untuk pertanyaan positif dan negatif menurut Sugiyono (2017:93) adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3
Alternatif Jawaban dengan Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2017:160)

Berdasarkan Tabel 3.3 dapat diketahui bahwa dalam pernyataan-pernyataan positif dan negatif memiliki bobot nilai yang berbanding terbalik. Peneliti pada kuisisioner penelitian ini menggunakan pernyataan positif sehingga jawaban sangat setuju memiliki nilai 5 (lima), setuju memiliki nilai 4 (empat),

kurang setuju memiliki nilai 3 (tiga), tidak setuju memiliki nilai 2 (dua), dan sangat setuju memiliki nilai 1 (satu).

Pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan kedua variabel diatas (variabel independen dan variabel dependen) dalam oprasionalisasi variabel ini semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuisisioner. Skala *likert* digunakan untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, yang kemudian dihitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan kemudian dijumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, kemudian dirata-ratakan dan selanjutnya digambarkan dalam suatu garis kontinum untuk mengetahui kategori dari hasil rata-rata tersebut. Peneliti dalam menentukan kategori skala pada garis kontinum menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\frac{\sum \text{jawaban kuesioner}}{\sum \text{pertanyaan} \times \sum \text{responden}} = \text{skor rata - rata}$$

Berdasarkan rumus di atas setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil tersebut dimasukan kedalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden yang akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut ini :

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

Diketahui:

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Diperoleh:

$$\text{Lebar Skala} = \frac{5-1}{5} = \mathbf{0,8}$$

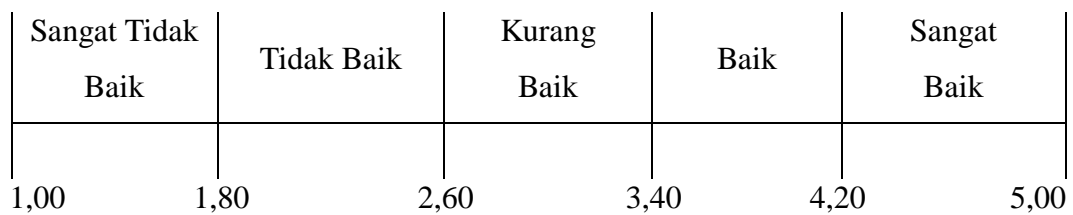
Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat diketahui kategori skala tabel dibawah ini:

Tabel 3.4
Kategori Skala

No	Interval	Kategori
1	1,00 – 1,80	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: Sugiyono (2017:95)

Berdasarkan tabel 3.4 di atas setelah nilai rata-rata jawaban sudah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum sebagai berikut:



Sumber: Sugiyono (2019:148)

Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Menurut Sugiyono (2017:152) mendefinisikan analisis verifikatif sebagai metode penelitian melalui pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan perhitungan statistika sehingga mendapatkan hasil pembuktian yang dapat menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima. Analisis verikatif merupakan analisis untuk membuktikan dan mencari kebenaran dari hipotesis yang diajukan.

Analisis verifikatif bermaksud untuk mengetahui hasil penelitian yang berkaitan antara pengaruh variabel Kualitas produk, Persepsi harga dan Pelayanan terhadap variabel Keputusan Pembelian pada Toko Galink Clothing Subang. Metode analisis ini dilakukan dapat dilakukan dengan berbagai langkah sebagai berikut.

3.6.2.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2018:307) analisis regresi linear berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel *dependent* dan dua atau lebih variabel *independent*. Terdapat dua persamaan analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini yaitu :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X₁ = Kualitas Produk

X₂ = Persepsi Harga

X₃ = Pelayanan

ε = Error atau Pengaruh Luar

3.6.2.2 Analisis Kolerasi Berganda

Analisis kolerasi berganda merupakan analisi yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel kualitas produk (X₁), persepsi harga (X₂) dan pelayanan (X₃) terhadap keputusan pembelian (Y). Keeratan hubungan dapat dinyatakan dengan istilah Koefisien Korelasi. Koefisien

korelasi merupakan besar kecilnya hubungan antara dua variabel yang dinyatakan dalam bilangan yang disebut dengan koefisien korelasi. Adapun rumus korelasi berganda sebagai berikut:

$$r^2 = \frac{JK_{(reg)}}{\sum Y^2}$$

Sumber: Sugiyono (2017:99)

Dimana:

r^2 = Koefisien korelasi berganda

JK_{reg} = Jumlah kuadrat regresi

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total korelasi

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), persepsi harga (X_2), pelayanan (X_3) dan variabel Y (keputusan pembelian).

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

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

Tabel 3.5
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

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

Sumber: Sugiyono (2017:278)

3.6.3 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Pengujian hipotesis

dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh kualitas produk (X_1), persepsi harga (X_2) dan pelayanan (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y), secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk kolerasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternative (H_1), rumusan hipotesisnya sebagai berikut:

3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara simultan digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan secara simultan antara pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu kualitas produk, persepsi harga dan pelayanan sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian dengan objek penelitiannya yaitu Toko Galink Clothing. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Membuat formulasi uji hipotesis
 - 1) $H_0: \beta_1 ; \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Toko Galink Clothing
 - 2) $H_1: \beta_1; \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Toko Galink Clothing.

- b. Menentukan tingkat signifikansi

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,1$ artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%.

- c. Menghitung nilai f hitung dengan rumus

Pengujian regresi secara simultan dimaksudkan apakah variabel bebas secara menyeluruh memberikan nyata terhadap variabel terikat. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji f hitung. F hitung dapat dirumuskan sebagai berikut :

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

Dimana:

r^2 = Kuadrat koefisien kolerasi ganda

K = Banyaknya variabel bebas

n = Ukuran sampel

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

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

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

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

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

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Hipotesis parsial digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variable dependen. Hipotesis parsial yang dikemukakan dapat menjabarkan sebagai berikut:

a. Membuat formulasi uji hipotesis

1) $H_0: \beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

2) $H_1: \beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

- b. Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian
- 1) $H_0: \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian
 - 2) $H_1: \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian
- c. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian
- 1) $H_0: \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian
 - 2) $H_1: \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian
- d. menentukan tingkat signifikansi
- Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,1$ artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%.
- e. Menghitung uji T-test Pengujian regresi secara parsial dimaksud apakah variabel bebas berkorelasi nyata atau tidak terhadap variabel terikat.

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

Dimana:

t_{hitung} = Statistik Uji Kolerasi

n = Jumlah sampel

r = Nilai kolerasi parsial

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

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima.

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

3.6.3.3 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh X₁ (kualitas produk) X₂ (persepsi harga) dan X₃ (pelayanan) terhadap variabel Y (keputusan pembelian). 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 X₁ (kualitas produk), X₂ (persepsi harga) dan X₃ (pelayanan) terhadap variabel Y (keputusan pembelian) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien klerasinya yaitu:

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

Dimana:

Kd = Nilai koefisien determinasi

r² = Kuadrat dari koefisien ganda

2 Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase X₁ (kualitas produk) X₂ (persepsi harga) dan X₃ (pelayanan) 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:

β = Beta (*nilai standarliezed coeffecients*)

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

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam item atau pertanyaan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner itu berisi pernyataan mengenai variabel kualitas produk, persepsi harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian sebagaimana yang tercantum di operasionalisasi variabel penelitian. Responden tinggal memilih pada kolom yang sudah disediakan. Responden memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti dengan berpedoman pada skala *Likert*.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini bertempat di Toko Galink Clothing Subang yang berlokasi di pasar Jl. Raya Purwadadi lantai 2 block A. Dan berlangsung pada bulan Februari 2023 sampai dengan selesai.