

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, Sugiyono (2017:3). Berdasarkan hal tersebut terdapat hal-hal yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Cara ilmiah dapat diartikan bahwa penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmiah, yaitu rasional, empiris dan sistematis. Rasional dapat diartikan bahwa kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan, dan sistematis merupakan suatu proses yang dipakai dalam penelitian dengan menggunakan berbagai langkah yang bersifat logis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode verifikatif dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Sugiyono (2017:59) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain yang diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan. Melalui penelitian deskriptif maka dapat diperoleh deskripsi dari rumusan masalah.

Sedangkan penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2017:61), adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba

menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak.

Metode deskriptif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji:

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas produk Nah.Project Bandung.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai Harga di Nah.Project di Bandung.
3. Bagaimana tanggapan konsumen tentang proses keputusan pembelian di Nah.Project Bandung.

Metode verifikatif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Nah.Project Bandung.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

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

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian memiliki beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Variabel penelitian menurut Sugiyono (2017:63), variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel

penelitian dapat disesuaikan dengan masalah penelitian. Variabel yang diteliti wajib relevan dengan masalah penelitian, selain relevan variabel penelitian juga harus memenuhi unsur keterhubungan antara variabel yang mempengaruhi dan dipengaruhi.

Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Menurut Sugiyono (2017:64), variabel bebas (*independent*) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependent*), yang disimbolkan dengan (X). Kemudian variabel terikat (*dependent*) yang disimbolkan dengan simbol (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan dua variabel yang menjadi variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) kemudian variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y). menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Benyamin Molan (2013:183) biasanya melalui enam tahapan yaitu *Product Choice* (Pilihan Produk), *Brand Choice* (Pilihan Merek), *Dealer Choice* (Pilihan Tempat Penyalur), *Purchase Amount* (Jumlah Pembelian), *Purchase Timing* (Waktu Pembelian), *Payment Method* (Metode Pembayaran). Variabel-variabel tersebut dapat didefinisikan sebagai berikut:

a. Kualitas Produk (X1)

Menurut David Garvin dalam buku Fandy Tjiptono (2016:134) menjelaskan bahwa “kualitas produk merupakan suatu penilaian konsumen terhadap keunggulan atau keistimewaan apabila produk tersebut memenuhi harapan para konsumen”.

b. Harga (X_2)

Menurut Kotler dan Armstrong yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2016:151) menjelaskan bahwa, “Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa”.

c. Proses Keputusan Pembelian (Y)

Proses Keputusan pembelian didefinisikan oleh Kotler dan Keller (2016:195): *“The consumer typically passes through five stages: problem recognition, information search, evaluation of alternatives, purchase decision and post purchase behavior”*

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih substansial dari suatu konsep. Tujuannya, agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya, maka peneliti harus memasukkan proses atau operasional alat ukur yang digunakan kuantifikasi gejala variabel yang diteliti

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti, terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian.

Variabel bebas yang pertama (X_1) adalah kualitas produk. Variabel bebas yang kedua (X_2) adalah harga. Kemudian satu-satunya variabel terikat (Y) dalam

penelitian ini adalah proses keputusan pembelian. Untuk melakukan pengolahan data, diperlukan unsur lain yang berhubungan dengan variabel seperti konsep variabel, dimensi, indikator, ukuran, dan skala dimana variabel penelitian akan diukur dengan skala ordinal. Untuk mengetahui lebih jelas, maka dapat dilihat pada Tabel 3.1 mengenai operasionalisasi variabel untuk penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
Kualitas Produk (X₁) kualitas produk merupakan suatu penilaian konsumen terhadap keunggulan atau keistimewaan apabila produk tersebut memenuhi harapan para konsumen. David Garvin dalam Fandy Tjiptono (2016:134)	Kinerja (<i>Performance</i>)	Kenyamanan produk	Tingkat kenyamanan produk saat digunakan	Ordinal	1
	Daya Tahan (<i>Durability</i>)	Daya tahan bahan	Tingkat daya tahan bahan produk	Ordinal	2
		Daya tahan warna	Tingkat daya tahan warna produk	Ordinal	3
	Kesesuaian dan Spesifikasi (<i>Conformance to Specification</i>)	Kesesuaian produk dengan yang ditawarkan	Tingkat kesesuaian produk yang ditawarkan	Ordinal	4
		Kesesuaian produk dengan usia pembeli	Tingkat kesesuaian produk dengan usia pembeli	Ordinal	5
	Keistimewaan Tambahan (<i>Feature</i>)	Keragaman produk	Tingkat keberagaman produk	Ordinal	6
	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	Kehandalan produk dalam memberi nilai lebih	Tingkat kehandalan produk dalam memberi nilai lebih	Ordinal	7

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
	Estetika (<i>Aesthetic</i>)	Kemasan produk	Tingkat kemenarikan kemasan produk	Ordinal	8
		Desain produk	Tingkat kemenarikan desain produk	Ordinal	9
	Kesan Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)	Keunggulan produk	Tingkat keunggulan produk	Ordinal	10
	Kemampuan Pelayanan (<i>Serviceability</i>)	Kemudahan perawatan produk	Tingkat kemudahan perawatan produk	Ordinal	11
Harga (X2) Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa Kotler dan Armstrong	Keterjangkauan harga	Harga yang ditawarkan	Tingkat harga yang ditawarkan	Ordinal	12
	Harga sesuai dengan kualitas	Kualitas produk	Tingkat kualitas produk	Ordinal	13
	Harga mempunyai daya saing	Daya saing harga produk	Tingkat daya saing harga produk	Ordinal	14
	Harga sesuai dengan manfaat	Manfaat produk	Tingkat manfaat produk	Ordinal	15

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2016:151)					
Proses Keputusan Pembelian (Y) <i>“The consumer typically passes through five stages: problem recognition, information search, evaluation of alternatives, purchase decision and post purchase behavior</i>	<i>Problem Recognition</i> (Pengenalan Masalah)	Kebutuhan terhadap produk nah.project	Tingkat kebutuhan akan produk nah.project	Ordinal	16
	<i>Information Search</i> (Pencarian Informasi)	Kemudahan mendapatkan informasi terkait nah.project di sosial media	Tingkat kemudahan konsumen mendapatkan informasi terkait nah.project di sosial media	Ordinal	17
	<i>Evaluation of Alternatives</i> (Evaluasi Alternatif)	Terdapat beberapa pilihan produk pada nah.project	Tingkat keragaman pilihan produk pada nah.project	Ordinal	18
	<i>Purchase Decision</i> (Keputusan Pembelian)	Memilih nah.project sebagai pilihan konsumen	Tingkat pemilihan nah.project sebagai pilihan konsumen	ordinal	19
	<i>Post Purchase Behavior</i> (Perilaku Pasca Pembelian)	Kepuasan atau ketidak puasan konsumen terhadap produk	Tingkat kepuasan atau ketidak puasan konsumen terhadap produk	Ordinal	20
Kotler and Keller (2016:195)		Konsumen berencana untuk melakukan pembelian ulang di nah.project	Tingkat rencana untuk melakukan pembelian Kembali	Ordinal	21

Sumber : Diolah oleh Penulis

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Penelitian pada dasarnya pasti memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti, sehingga permasalahan yang ada dapat dipecahkan. Populasi dalam penelitian berlaku sebagai objek penelitian, dengan menentukan populasi maka dapat dilakukan pengolahan data. Untuk mempermudah penelitian ada yang disebut sampel, yaitu bagian dari populasi. Populasi digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen atau anggota dari satu wilayah yang menjadi sasaran penelitian. Pada sub bab ini akan dijelaskan mengenai pengertian dan penjelasan mengenai populasi, sampel dan Teknik sampling.

3.3.1 Populasi

Sugiyono (2021:126), mengemukakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* Instagram @nah.project

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Sugiyono (2017:120), mengemukakan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Penelitian ini tidak menggunakan seluruh anggota populasi diambil menjadi sampel, melainkan hanya Sebagian dari populasi saja. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga dan jumlah populasi yang terlalu banyak. Oleh karena

itu sampel yang diambil harus betul-betul sangat representative (mewakili) populasi.

Penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah berdasarkan metode Slovin yang dikemukakan oleh Husein Umar (2013:78), yaitu:

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

Dimana:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e^2 = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolerir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

$$n = \frac{277.000}{1 + (277.000)(0,1)^2}$$

$$n = 99,96 \text{ dibulatkan menjadi } 100.$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka diperoleh ukuran (n) dalam penelitian ini sebanyak 99,96 orang yang kemudian dibulatkan menjadi 100 orang dijadikan ukuran sampel penelitian. Sampel didapatkan dari jumlah populasi yaitu *followers* Instagram @nah.project yang dibagi dengan $1+(277000)(0,1)^2$.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian. Teknik sampel merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian.

Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua, yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Dalam pengambilan sampel, dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono 2017:121). *Non probability sampling* terdiri dari sampling sistematis, sampling kuota, sampling *incidental*, sampling jenuh dan *snow ball sampling*.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dan keterangan-keterangan lainnya dalam penelitian terhadap masalah yang menjadi objek penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung dari responden dan mengamati secara langsung tugas-tugas yang berhubungan dengan nah.project, sehingga menghasilkan data primer. Data primer dapat diperoleh melalui beberapa cara, yaitu:

a. Wawancara

Wawancara secara langsung antara peneliti dengan *marketing manager* nah.project berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Hal ini

dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, menemukan informasi yang dibutuhkan atau berhubungan dengan penelitian sehingga diharapkan memperoleh data yang lebih jelas

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan pertanyaan kepada konsumen nah.project. 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, harga dan proses keputusan pembelian.

c. Observasi

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

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan data sekunder berdasarkan literatur-literatur, buku-buku yang berkaitan dengan variabel penelitian dan bertujuan untuk mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti, data sekunder dapat diperoleh melalui beberapa cara yaitu melalui jurnal, internet dan buku-buku yang berkaitan dengan objek.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

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

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu alat yang digunakan menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Menurut Sugiyono (2021:175) menyatakan “Pengujian validitas adalah suatu Teknik untuk mengukur ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti”. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk menguji validitas pada tiap-tiap item, yaitu dengan mengkorelasi skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Koefisien korelasi yang dihasilkan kemudian dibandingkan dengan standar validasi yang berlaku. Menurut Sugiyono (2021:246) 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 *pearson product moment*.

x = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item.

y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item.

n = Jumlah responden dalam uji instrument.

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X.

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y.

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

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X.

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y.

Dasar pengambilan keputusan:

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

Menurut Sugiyono (2021:180), menyatakan bahwa syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrument valid adalah indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 keatas. Maka dari itu, semua instrument atau pernyataan yang dimiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Menurut Sugiyono (2021:176), instrument yang reliabel adalah instrument

yang bila digunakan beberapa kali mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada persetujuan-persetujuan yang sudah memenuhi uji validitas. Metode yang digunakan 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-rumus *spearman brown*.

Berkenaan dengan hal tersebut, terlampir rumus-rumus untuk pengujian reliabilitas sebagai berikut:

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.

$\sum AB$ = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi *Spearman Brown* sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = Nilai reliabilitas.

r_b = Korelasi *pearson product moment* antar belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrument (r_b hitung), kemudian nilai reliabilitas instrument (r_b hitung) tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata sehingga akan memunculkan keputusan sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Selain valid, 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 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

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

Analisis data dalam bentuk statistic 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 persentase. Dalam statistic deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya suatu hubungan antar variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi (Sugiyono 2021:207). Kebenaran hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul.

Berdasarkan pendapat yang telah dipaparkan dapat disimpulkan analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent (X_1) = Kualitas Produk dan (X_2) = harga terhadap variabel dependen (Y) = proses keputusan pembelian.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisa data yang diperoleh melalui kuesioner yang bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan sejauh mana tanggapan konsumen terhadap variabel X_1 (Kualitas Produk), X_2 (Harga) dan Variabel Y (Proses Keputusan Pembelian). Menurut Sugiyono (2021:64) analisis deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala *likert*.

Skala *likert* menurut Sugiyono (2021:146) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Setiap item dari kuesioner tersebut memiliki 5 (lima) jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda-beda. Setiap pilihan jawaban akan diberikan skor, maka responden harus menggambarkan dan mendukung pertanyaan (item positif hingga item negatif) skor tersebut berguna untuk mengetahui alternatif jawaban yang dipilih oleh responden. Adanya skor ini dapat memberikan masing-masing jawaban pernyataan alternatif. Berikut terdapat skor *likert* menurut Sugiyono:

Tabel 3.2
Alternatif Jawaban Skala *Likert*

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiyono (2021:147)

Berdasarkan Tabel 3.2 dapat diketahui bahwa dalam pernyataan-pernyataan positif dan negatif memiliki bobot nilai yang berbanding terbalik. Pada kuesioner penelitian ini akan digunakan pernyataan positif sehingga jawaban sangat setuju memiliki nilai 5 (lima), setuju memiliki nilai 4 (empat), dan pernyataan negatif dengan jawaban kurang setuju memiliki nilai 3 (tiga), tidak setuju memiliki nilai 2 (dua), dan sangat tidak setuju memiliki nilai 1 (satu).

Pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan variabel dependen dan independent diatas dalam operasionalisasi variabel ini, semua variabel diukur oleh instrument pengukur dalam bentuk kuesioner. Skala *likert* digunakan untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator yang kemudian dihitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan kemudian dijumlahkan. Hasil rekapitulasi jawaban konsumen akan dihitung skor rata-ratanya untuk menghitung skor rata-rata menggunakan statistic non parametrik yaitu mean. Dalam menentukan kategori skala pada garis kontinum menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\frac{\sum \text{jumlah kuisisioner}}{\sum \text{pertanyaan} \times \sum \text{responden}} = \text{Skor rata - rata}$$

Setelah diketahui skor rata-rata maka hasil tersebut dimasukan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden yang akan didasarkan

pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut:

$$NJI \text{ (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kriteria jawaban}}$$

Dimana:

- a. Nilai minimum : 1
- b. Nilai maksimum : 5
- c. Interval : $5 - 1 = 4$
- d. NJI (Nilai Jenjang Interval) : $\frac{5-1}{5} = 0,8$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui kategori skala tabel yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.3
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 (2021)

3.6.2 Analisis Verifikatif

Metode verifikatif menurut Sugiyono (2021:17) adalah penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan u=tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Analisis verifikatif pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh kualitas produk (X_1) dan Harga (X_2)

terhadap proses keputusan pembelian (Y). untuk mengetahui pengaruh tersebut, maka digunakan beberapa metode seperti *Method Successive Interval (MSI)*, analisis regresi linier berganda, dan analisis korelasi berganda.

3.6.2.1 Method of Successive Interval (MSI)

Metode suksesif interval merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu ditransformasikan 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 Interval*). Dalam banyak prosedur statistic seperti regresi, korelasi pearson, uji T dan lainnya mengharuskan data berskala interval. Oleh karena itu, jika kita hanya mempunyai data berskala ordinal maka data tersebut harus diubah ke dalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur-prosedur tersebut. Langkah-langkah menganalisis data dengan menggunakan MSI yaitu 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 tersebut 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:

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

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

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1[SVmin]$$

Pengolahan data yang dilakukan menggunakan media komputerisasi yaitu menggunakan program IBM SPSS *for Windows* untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval.

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2021:213) 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 bagaimana besarnya pengaruh secara simultan (bersama-sama) dua variabel bebas atau lebih yang terdiri dari kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) dengan variabel terikat yaitu proses keputusan pembelian (Y). Berikut ini persamaan dari regresi linier berganda yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Y = Variabel terikat (proses keputusan pembelian)
- a = Bilangan konstanta
- b₁ = Koefisien regresi kualitas produk
- b₂ = Koefisien regresi harga
- X₁ = Variabel bebas (kualitas produk)
- X₂ = Variabel bebas (harga)
- e = Tingkat kesalahan (*standard error*)

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel kualitas produk (X₁), dan harga (X₂) terhadap proses keputusan pembelian (Y). analisis ini bertujuan untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain yakni variabel X terhadap variabel Y.

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

Keterangan:

- R = 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 (X₁), harga (X₂), dan variabel proses keputusan pembelian (Y).

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

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

Tabel 3.4
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 (2021:248)

3.6.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat dugaan sementara karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh kualitas produk (X_1) dan harga (X_2), terhadap proses keputusan pembelian (Y), secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1).

3.6.3.1 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:

$H_0 : b_1, b_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap proses keputusan pembelian.

$H_0 : b_1, b_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap proses keputusan pembelian.

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

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

Keterangan:

R^2 = Kuadrat koefisien korelasi ganda

K = Banyaknya variabel bebas

N = Ukuran sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel

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

Berdasarkan perhitungan yang telah dijelaskan di atas maka akan diperoleh distribusi F dengan pembilangan (K) dan penyebut $(n-k-1)$ dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Apabila $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ (α) = 0,1 maka H_0 ditolak dan H_a diterima (signifikan).
2. Apabila $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ (α) = 0,1 maka H_0 ditolak dan H_a ditolak (tidak signifikan).

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh variabel independent secara parsial terhadap variabel dependen. Apakah hubungan tersebut saling

mempengaruhi atau tidak. Uji T digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen.

Hipotesis parsial yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian
 - a. $H_0 : b_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian.
 - b. $H_1 : b_2 \neq 0$, terdapat pengaruh kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian.
2. Harga terhadap proses keputusan pembelian
 - a. $H_0 : b_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh harga terhadap proses keputusan pembelian.
 - b. $H_1 : b_2 \neq 0$, terdapat pengaruh harga terhadap proses keputusan pembelian.

Untuk menghitung pengaruh parsial tersebut maka digunakan lah *T-test* dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

t-hitung = Statistik uji korelasi

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

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

1. Apabila $T_{hitung} > T_{tabel} (\alpha) = 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Apabila $T_{hitung} < T_{tabel} (\alpha) = 0,1$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.6.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh X_1 dan X_2 terhadap variabel Y . langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus berikut:

1. Analisis koefisien determinasi berganda (simultan)

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase X_1 (kualitas produk), X_2 (harga), dan terhadap variabel Y (proses keputusan pembelian) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu:

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

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

R = Koefisien korelasi *product moment*

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

2. Analisis koefisien determinasi parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase X_1 (kualitas produk) dan X_2 (harga) terhadap variabel Y (proses keputusan pembelian) secara parsial:

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

Keterangan:

Kd	= Koefisien determinasi
B	= Nilai <i>standardized coefficients</i>
Zero order	= Korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat
100%	= Pengali yang menyatakan dalam persentase

Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut

:

1. $Kd = 0$, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, rendah
2. $Kd = 1$, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel X_1 (kualitas produk) dan X_2 (harga) terhadap variabel Y (proses keputusan pembelian) sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang sudah disediakan. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert*.

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian untuk penulisan skripsi ini berlangsung mulai November sampai dengan maret 2023, dilakukan di Nah Project Bandung yang beralamat di Jalan

Lombok No.33 40164 Bandung Wetan, Bandung, Jawa Barat.