

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Metode Penelitian yang Digunakan**

Metode penelitian merupakan suatu alat yang di dalam pencapaian tujuannya berguna untuk memecahkan masalah penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan memecahkan masalah penelitian. Menurut Sugiyono (2022:2) metode penelitian merupakan proses kegiatan dalam bentuk pengumpulandata, analisis dan memberikan interpretasi yang terkait dengan tujuan penelitian. Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan memecahkan permasalahan yang diteliti dengan cara yang sesuai prosedur penelitian. Secara rinci, teknik pengumpulan data yang dilakukan pada konsumen *clothing* James Boogie Bandung dilakukan dengan menggunakan metode survei, di mana peneliti melakukannya untuk mendapatkan data yang sesuai dan bertujuan untuk memecahkan masalah.

Pengumpulan data yang dilakukan penulis dengan menyebarkan kuesioner dan wawancara. Menurut Sugiyono (2022:57) survei yaitu penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah dari data sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga dikemukakan kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis. Metode penelitian yang akan digunakan adalah metode dekriptif dan verifikatif dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2022:16) metode kuantitatif dapat diartikan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2022:64) metode deskriptif adalah suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap nilai variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel itu sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel dengan variabel lain. Metode deskriptif digunakan untuk mengetahui harga, kualitas produk dan proses keputusan pembelian yang menjawab rumusan masalah nomor 1 sampai nomor 3.

Metode verifikatif menurut Sugiyono (2022:17) adalah penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sample tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode verifikatif yang digunakan pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui dan mengkaji rumusan masalah nomor 4, yang tentunya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel harga dan variabel kualitas produk terhadap variabel proses keputusan pembelian pada James Boogie Bandung

### **3.2. Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah komponen utama dengan dukungan teoritis yang diperjelas melalui hipotesis penelitian dalam sebuah penelitian yang sudah ditentukan sebelumnya untuk mendapatkan jawaban yang sesuai dengan yang

dirumuskan yaitu berupa kesimpulan penelitian. Variabel dalam penelitian ini meliputi variabel bebas yaitu Harga ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan variabel terikat Proses Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Variabel-variabel tersebut kemudian disatukan dalam suatu operasionalisasi

Operasionalisasi variabel merupakan unsur penelitian yang terikat dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian dan merupakan alat ukur yang akan digunakan untuk kuantitatif gejala atau variabel yang akan diteliti. Operasionalisasi variabel digunakan untuk mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya.

### **3.2.1. Definisi Variabel Penelitian**

Definisi variabel penelitian merupakan ekstraksi dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2022:67) 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 ini terdiri dari variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Menurut Sugiyono (2022:69) variabel bebas (*independen*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat, Sedangkan variabel terikat (*dependen*) menurut Sugiyono (2022:68) adalah variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Penelitian ini terdapat tiga variabel yaitu Harga ( $X_1$ ), kualitas Produk ( $X_2$ ) dan Proses Keputusan

Pembelian (Y). Definisi dari masing-masing variabel penelitian menurut para ahli akan diuraikan sebagai berikut:

1. Harga ( $X_1$ )

Menurut Tjiptono (2019:210) harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

2. Kualitas Produk ( $X_2$ )

Menurut Kotler et.al (2022:188) yang mendefinisikan bahwa *product quality can be defined as the ability of a product or service to meet or exceed consumer expectations.*

3. Proses Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Kotler & Armstrong (2018:175) menyatakan bahwa *buying decision process is stages what's process taking decision by buyer that consist of five stage: need recognition, informastion search, evaluation of alternatives, the purchase decision and postpurchase behaviour.*

### **3.2.2. Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Berisi kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan variabel menjadi bagian-bagian terkecil sehingga diketahui ukurannya. Operasionalisasi variabel merupakan sebuah upaya penelitian untuk menyusun secara rinci hal-hal yang meliputi nama variabel, konsep variabel, indikator, ukuran, dan skala. Variabel penelitian ini yaitu Harga ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ) dan Proses Keputusan Pembelian (Y) dikembangkan menjadi indikator dan item pernyataan yang akan digunakan

selanjutnya dapat dilihat mengenai operasionalisasi variabel, yang akan disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<b>Harga (X<sub>1</sub>)</b>  Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.  Tjiptono (2019:210)	1. Keterjangkauan harga	a. Harga yang ditawarkan terjangkau	a. Tingkat keterjangkauan harga produk	Ordinal	1
		b. Kemampuan dalam membeli produk	b. Tingkat kemampuan konsumen dalam membeli produk	Ordinal	2
	2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	a. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk	a. Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk	Ordinal	3
		b. Harga sesuai dengan hasil yang diinginkan konsumen	b. Tingkat kesesuaian harga dengan hasil yang diinginkan konsumen	Ordinal	4
	3. Kesesuaian harga dengan manfaat	a. Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan	a. Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan	Ordinal	5
		b. Harga yang ditawarkan memiliki manfaat yang sesuai dengan kebutuhan	b. Tingkat harga yang ditawarkan memiliki manfaat yang sesuai dengan kebutuhan	Ordinal	6
	4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	a. Pemberian potongan harga	a. Tingkat pemberian potongan harga	Ordinal	7
		b. Harga terjangkau dibandingkan pesaing	b. Tingkat perbandingan harga dengan harga produk pesaing	Ordinal	8
<b>Kualitas Produk (X<sub>2</sub>)</b>  <i>Product quality can be defined as the ability of</i>	1. <i>Features</i>	a. Jenis dan Keragaman produk	a. Tingkat banyaknya keragaman produk	Ordinal	9
		b. Keistimewaan dan kelebihan produk	b. Tingkat Keistimewaan produk	Ordinal	10

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item	
<i>a product or service to meet or exceed consumer expectations.</i>  Kotler et.al (2022:188)	2. <i>Performance Quality</i>	a. Kegunaan dalam memakai produk	a. Tingkat kualitas keamanan produk	Ordinal	11	
		b. Kenyamanan dalam memakai produk	b. Tingkat kenyamanan dalam memakai produk	Ordinal	12	
	3. <i>Conformance Quality</i>	a. Kesesuaian ukuran standar produk	a. Tingkat kesesuaian ukuran standar produk	Ordinal	13	
		b. Kesesuaian warna produk	b. Tingkat kesesuaian warna produk	Ordinal	14	
	4. <i>Durability</i>	a. Daya tahan produk dalam jangka panjang	a. Tingkat daya tahan produk dalam jangka panjang	Ordinal	15	
		b. Daya tahan produk dalam Jangka pendek	b. Tingkat daya tahan produk dalam jangka pendek	Ordinal	16	
	5. <i>Realibility</i>	a. Bahan baku yang berkualitas	a. Tingkat kualitas bahan baku produk	Ordinal	17	
		b. Keindahan tampilan dan desain	b. Tingkat keindahan dari tampilan dan desain produk	Ordinal	18	
	6. <i>Form</i>	a. Kesesuaian tampilan produk	a. Tingkat kesesuaian tampilan produk	Ordinal	19	
		b. Kesesuaian bentuk dan ukuran	b. Tingkat kesesuaian bentuk dan ukuran	Ordinal	16	
	7. <i>Style</i>	a. Tampilan produk tidak pasaran dan sulit di-copy	a. Tingkat originalitas produk	Ordinal	17	
		b. Tampilan produk unik dan menarik	b. Tingkat keunikan dan kemenarikan produk	Ordinal	18	
	8. <i>Customization</i>	a. Terdapat produk pengganti yang serupa	a. Tingkat kemiripan produk pengganti	Ordinal	19	
		b. Terdapat disain produk yang serupa	b. Tingkat Kemiripan disain produk serupa	Ordinal	20	
	<b>Proses Keputusan Pembelian (Y)</b>	1. Pengenalan Kebutuhan (Need Recognition)	Membutuhkan akan pakaian	Tingkat kebutuhan akan pakaian	Ordinal	21

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<i>Buying decision process is stages what's process taking decision by buyer that consist of five stage: need recognition, information search, evaluation of alternatives, the purchase decision and postpurchase behaviour.</i>  Kotler & Armstrong (2018:175)	2. Pencarian Informasi ( <i>Information Search</i> )	Iklan media sosial, dan <i>e-commerce</i>	Tingkat kesesuaian sumber informasi	Ordinal	22
	3. Evaluasi Alternatif ( <i>Evaluation of Alternatives</i> )	Kesesuaian produk dengan harapan konsumen	Tingkat kesesuaian produk	Ordinal	23
	4. Keputusan Pembelian ( <i>Purchase Decision</i> )	Memilih merek yang dipilih	Tingkat memilih merek yang dipilih kesesuaian	Ordinal	24
	5. Perilaku pasca Pembelian ( <i>Post-Purchase Behavior</i> )	a. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap produk	a. Tingkat kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap produk	Ordinal	25
b. Konsumen berencana untuk melakukan pembelian ulang produk		b. Tingkat rencana untuk melakukan pembelian kembali produk	Ordinal	26	

Sumber: Data diolah oleh Penulis 2023

### 3.3. Populasi, Sample dan Teknik Sampling

Setiap penelitian pasti memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti, sehingga permasalahan yang dapat terpecahkan. Populasi dalam penelitian berlaku sebagai objek penelitian, dengan menentukan populasi maka penulis dapat melakukan pengolahan data. Untuk mempermudah penelitian ada yang disebut sampel, yaitu bagian dari populasi. Populasi digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen atau anggota dari suatu wilayah yang menjadi sasaran penelitian.

#### 3.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2022:136) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu

yang telah ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di *clothing* James Boogie Bandung tahun 2022, yang akan penulis sajikan pada tabel berikut:

**Tabel 3.2**  
**Data Jumlah Konsumen Clothing James Boogie Bandung Tahun 2022**

No	Bulan	Data Penjualan
1	Januari	241
2	Februari	200
3	Maret	221
4	April	445
5	Mei	271
6	Juni	179
7	Juli	249
8	Agustus	272
9	September	232
10	Oktober	210
11	November	207
12	Desember	198
<b>Total</b>		<b>2.925</b>
<b>Rata-Rata</b>		<b>244</b>

Sumber: Data Internal Clothing James Boogie Bandung

Berdasarkan Tabel 3.2 dapat diketahui bahwa populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Clothing James Boogie Bandung pada tahun 2022 dari bulan Januari sampai dengan bulan Desember yang berjumlah 2.925 orang. Dari seluruh populasi tidak semuanya dijadikan sampel penelitian.

### 3.3.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2022:137) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sampel yang diambil dari populasi harus

representatif atau mewakili populasi yang diteliti. Penentuan sampel dilakukan untuk mengurangi jumlah populasi yang akan diteliti jika tidak memungkinkan untuk melakukan penelitian menyeluruh. Sampel yang diambil dari populasi dapat ditentukan dengan rumus Slovin yang dikemukakan oleh Sugiyono (2022:149) dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilai  $e=10\%$  adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

- $n$  = Jumlah sampel yang diperlukan  
 $N$  = Jumlah populasi  
 $e^2$  = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) adalah 10% (0,1)

Ukuran populasi yang akan diteliti telah ditentukan dengan jumlah sebanyak 2.925 orang responden. Maka dari data tersebut didapatkan ukuran sampel dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{244}{1 + 244 (0,1)^2} = 70,9 \approx 71$$

Berdasarkan perhitungan rumus di atas dapat diketahui bahwa untuk ukuran sampel dalam penelitian ini sebanyak 70,9 atau dapat dibulatkan menjadi 71 konsumen untuk memudahkan perhitungan dengan tingkat kesalahan 10% atau tingkat keakuratan sebesar 90%.

### 3.3.3. Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2022:139), Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam

penelitian. Terdapat dua pendekatan dalam teknik sampling yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Teknik sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *nonprobability sampling* dengan jenis *sampling insidental*.

Pengertian *nonprobability sampling* menurut Sugiyono (2022:142) adalah teknik yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Kemudian menurut Sugiyono (2022:144) *sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan penulis dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sehingga sampel yang dipilih adalah mereka yang memang cocok sebagai sumber data dalam penelitian ini.

Kuesioner disebarakan melalui *google form* kepada responden laki-laki dan perempuan yang pernah membeli produk *clothing* James Boogie dengan menetapkan beberapa kriteria terlebih dahulu, pada uraian berikutnya akan disajikan tabel mengenai karakteristik responden dari *sampling insidental* yang akan digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 3.3**  
**Karakteristik Responden**

No	Karakteristik Responden	Keterangan
1	Jenis Kelamin	1. Laki-laki 2. Perempuan
2	Usia	1. <18 Tahun 2. 18-23 Tahun 3. 24-29 Tahun 4. 30-35 Tahun 5. >35 Tahun

Lanjutan Tabel 3.3

No	Karakteristik Responden	Keterangan
3	Pekerjaan	1. Pelajar 2. Mahasiswa 3. PNS 4. Pegawai Swasta 5. Lainnya
4	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. 4.500.000 per Bulan
5	Frekuensi Membeli Produk (Dalam Sebulan)	1. < 3 Kali 2. > 3 Kali

Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2023

Berdasarkan Tabel 3.3 dapat diketahui bahwa terdapat beberapa karakteristik responden yang akan ditanyakan dalam kuesioner untuk mengetahui karakteristik dari konsumen *Clothing James Boogie Bandung* yang dipilih berdasarkan beberapa karakteristik, yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan, dan frekuensi pembelian produk (dalam sebulan).

### 3.4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2022:219) Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data menggunakan sumber primer dan sumber sekunder dengan uraian sebagai berikut:

#### 1 Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian dilakukan untuk mendapatkan data yang diperoleh secara langsung (primer) terhadap objek penelitian. Penelitian lapangan dilakukan melalui beberapa cara, di antaranya akan disajikan pada halaman berikutnya:

a. Pengamatan Langsung (Observasi)

Menurut Sugiyono (2022:203) observasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti diteliti. Observasi merupakan kegiatan penelitian dan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan dan keadaan di suatu objek penelitian. Dalam penelitian ini observasi dilakukan langsung di perusahaan James Boogie Bandung.

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara menurut Sugiyono (2022:195) digunakan sebagai teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan pemimpin atau pihak berwenang atau pihak lain yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti. Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan konsumen maupun pihak *clothing* James Boogie Bandung.

c. Penyebaran Angket (*Kuesioner*)

*Kuesioner* adalah suatu teknik pengumpulan data atau informasi melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan yang akan dilakukan pengisian oleh beberapa responden untuk mendapatkan tanggapan atau jawaban yang akan dianalisa. *Kuesioner* diberikan kepada konsumen *clothing* James Boogie dengan penyebaran dilakukan secara langsung kepada 100 responden melalui *Google Form* disertai dengan alternatif jawaban yang disediakan. Studi Kepustakaan

2 Studi kepustakaan

Merupakan pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur yang berkaitan dengan penelitian.

Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh data sekunde yang merupakan faktor penunjang yang bersifat teoritis kepustakaan. Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu literatur, buku, jurnal, internet dan data perusahaan antara lain data penjualan.

### **3.5 Uji Instrumen**

Instrumen penelitian adalah alat untuk mengukur nilai variabel yang diteliti guna memperoleh data pendukung dalam melakukan penelitian. Menurut Sugiyono (2022:157) Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang akan diteliti. Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas.

#### **3.5.1. Uji Validitas**

Uji validitas adalah suatu alat yang digunakan untuk menunjukkan derajat ketetapan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Menurut Sugiyono (2022:175) Pengujian validitas adalah suatu teknik untuk mengukur ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. 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. 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 dengan rumus menurut Sugiyono (2021:246) pada halaman berikutnya:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$	=	Koefisien korelasi <i>pearson product moment</i>
$x$	=	Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
$y$	=	Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
$n$	=	Jumlah responden dalam dalam uji instrumen
$\sum X$	=	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 dari distribusi X
$\sum Y^2$	=	Jumlah kuadrat dari 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 instrumen atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Menurut Sugiyono (2022:180) menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah indeks validitasnya positif dan besarnya 0,300 keatas. Maka dari itu, semua instrumen atau pernyataan yang memiliki tingkat korelasi di bawah 0,300 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statiscal Product dan Service Solution*). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil *output* SPSS padatablel dengan judul item *Total Statistic*. Menilai kevalidan

masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *corrected item-Total Correlation* masing-masingbutir pertanyaan.

### 3.5.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana tingkat kekonsistenan pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau sejauh mana pernyataan dapat dipahami dan tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan. Menurut Sugiyono (2022:198) Uji reliabilitas merupakan tingkat kesesuaian objek yang digunakan dengan data yang dihasilkan. Reliabilitas adalah menunjuk pada suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik, atau hal yang berkaitan dengan keandalan (tidak berubah-ubah atau konsisten) suatu indicator.

Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode cronbach Alpha, yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pada item pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus-rumus *spearman brown*. Langkah untuk pengujian reliabilitas adalah 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 perolehan dengan rumus pada halaman berikutnya:

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

Keterangan:

$r_{AB}$  = Korelasi *Pearson Product Moment*

$\sum A$  = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$  = Jumlah total skor belahan genap

$\sum A^2$  = Jumlah kuadrat skor belahan ganjil

$\sum B^2$  = Jumlah kuadrat skor belahan genap

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

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

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

Keterangan:

$r_i$  = Nilai reliabilitas internal seluruh instrumen

$r_b$  = Korelasi produk moment antara belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7.

Nilai reliabilitas ( $r_{hitung}$ ) tersebut dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  yang sesuai dengan jumlah responden dan taraf nyata dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Bila  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  : Instrumen tersebut dikatakan reliabel.
- b. Bila  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  : Instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel.

Alat ukur tersebut 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). Keandalan suatu alat ukur

dapat dilihat menggunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel. Nilai reliabilitas ( $r_{hitung}$ ) tersebut dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  yang sesuai dengan jumlah responden dan taraf nyata dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Bila  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  : Instrumen tersebut dikatakan reliabel.
- b. Bila  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  : Instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel.

Alat ukur tersebut 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). Keandalan suatu alat ukur dapat dilihat menggunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,700 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

### **3.6 Metode Analisis Data**

Analisis data pada penelitian kuantitatif ini merupakan hasil pengolahan data atas jawaban yang telah diberikan responden terhadap beberapa pernyataan-pernyataan dari setiap kuesioner. Menurut Sugiyono (2022:232) Metode analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap tabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. 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. Analisis data digunakan untuk menguji hipotesis dan untuk mengetahui pengaruh antara variabel *independent* ( $X_1$ ) Harga, ( $X_2$ ) kualitas produk, terhadap variabel *dependent* (Y) Proses Keputusan Pembelian.

### 3.6.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh melalui *kuesioner* untuk menggambarkan dan mendeskripsikan sejauh mana tanggapan konsumen terhadap variabel bebas yang terdiri dari  $X_1$  Harga, variabel  $X_2$  kualitas Produk, dan variabel terikat, yaitu variabel Y Proses Keputusan Pembelian *clothing* James Boogie Bandung. Menurut Ramdhan (2021:7-8) Metode penelitian deskriptif adalah metode yang menggambarkan suatu hasil penelitian dengan memberikan deskripsi, penjelasan, dan validasi mengenai fenomena yang telah diteliti.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2022:146), skala likert 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. Menurut Sugiyono (2022:147) berikut ini merupakan skor skala likert:

**Tabel 3.4**  
**Skala Likert**

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	SS (Sangat Setuju)	5
2	S (Setuju)	4
3	KS (Kurang Setuju)	3
4	TS (Tidak Setuju)	2
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber: Sugiyono (2022:159)

Skala *likert* digunakan untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, yang kemudian dihitung frekuensi jawaban setiap kategori dan kemudian dijumlahkan. Setiap indikator mempunyai jumlah, kemudian dirata-ratakan dan selanjutnya dimasukkan ke dalam suatu garis kontinum untuk mengetahui kategori dari hasil rata-rata tersebut. Dengan rumus yang akan disajikan selanjutnya:

$$\sum \rho = \frac{\sum \text{Jumlah Kuesioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor rata - rata}$$

Skor rata-rata dimasukkan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor sebagai berikut:

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

Keterangan:

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

Rentang skor =  $\frac{5 - 1}{5} = 0.8$

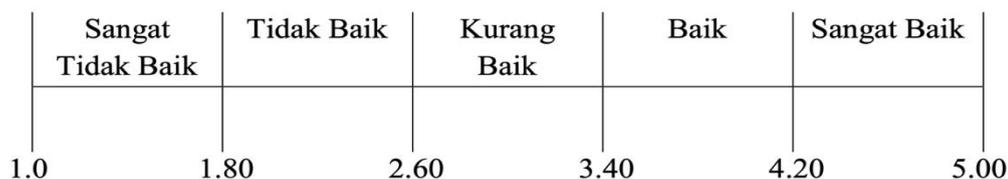
Berdasarkan hasil perhitungan yang terdapat pada halaman sebelumnya, diketahui kategori skala tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.5**  
**Kategori Skala Likert**

No	Skala	Kategori
1	1,00-1,80	Sangat Tidak Baik
2	1,82-2,60	Tidak Baik
3	2,61-3,40	Kurang Baik
4	3,41-4,20	Baik
5	4,21-5,00	Sangat Baik

Sumber: Sugiyono (2022:160)

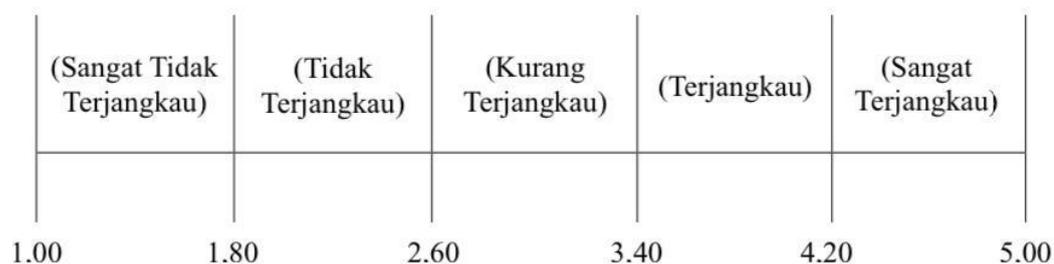
Nilai rata-rata jawaban diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum adalah sebagai berikut:



Sumber: Sugiyono (2022:161)

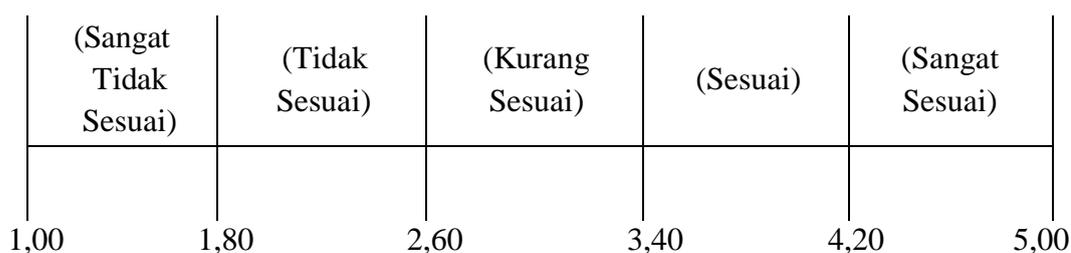
**Gambar 3.1**  
**Garis Kontinum**

Berdasarkan Gambar 3.1 bahwa dalam garis kontinum dapat diinterpretasikan bahwa terdapat 5 rentang skala, yaitu 1.0 – 1.80 artinya sangat tidak baik. 1.80 – 2.60 artinya tidak baik, 2.60 – 3.40 artinya kurang baik, 3.40 – 4.20 artinya baik, dan 4.20 – 5.00 artinya sangat baik. Pada penelitian ini menggunakan beberapa variabel, yaitu harga dan kualitas produk untuk variabel bebas dan proses keputusan pembelian untuk variabel terikat. Pada halaman berikutnya akan disajikan gambar kriteria garis kontinum dari tiap-tiap variabel, pertama dari variabel harga.



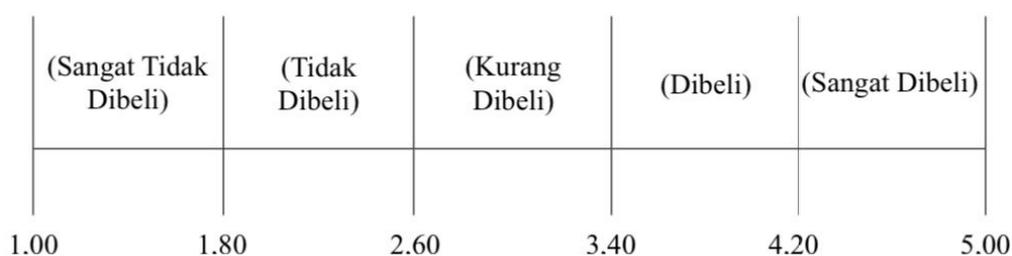
**Gambar 3.2**  
**Garis Kontinum pada Variabel Harga**

Berdasarkan Gambar 3.2 dapat diketahui bahwa kriteria dari variabel harga dipilah dari kriteria sangat tidak terjangkau hingga sangat terjangkau. Berikutnya adalah kriteria garis kontinum dari variabel kualitas produk:



**Gambar 3.3**  
**Kriteria Garis Kontinum Variabel Kualitas Produk**

Berdasarkan Gambar 3.3 dapat diketahui bahwa kriteria dari variabel kualitas produk dipilah dari kriteria sangat tidak dipercaya hingga sangat dipercaya. Berikutnya penulis sajikan gambar kriteria garis kontinum dari variabel proses keputusan pembelian.



**Gambar 3.4**  
**Kriteria Garis Kontinum Variabel Proses Keputusan Pembelian**

Berdasarkan Gambar 3.4 yang terdapat pada halaman sebelumnya dapat diketahui bahwa kriteria dari variabel proses keputusan pembelian dipilah dari kriteria sangat tidak dibeli hingga sangat dibeli.

### **3.6.2. Analisis Verifikatif**

Analisis verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Menurut Sugiyono (2022:65) Analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Analisis verifikatif digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga (X1) Harga, (X2) kualitas produk, terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y).

#### **3.6.2.1. *Method Of Succesive Interval (MSI)***

Metode suksesif interval merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Data dari hasil penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu ditransformasi menjadi interval, karena penggunaan analisis linier berganda data yang diperoleh harus merupakan data dengan skala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (*Method of Succesive Interval*).

Prosedur statistik seperti regresi, korelasi pearson, uji t dan lain sebagainya mengharuskan data berskala interval. Data berskala ordinal harus diubah ke dalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur tersebut. Pada halaman berikut ini akan diuraikan langkah-langkah dalam menganalisis data dengan menggunakan MSI:

- 1 Menetapkan 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:

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

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

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1[SVmin]$$

Pengolahan dilakukan menggunakan media komputerisasi, menggunakan program SPSS 26 dan Microsoft Excel untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke interval.

### 3.6.2.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda menurut Sugiyono (2022:286) Analisis regresi linierberganda adalah analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya

nilai variabel *dependent* bila nilai variabel *independent* dinaikkan atau diturunkan nilainya. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh secara simultan (bersama-sama) variabel Harga ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ), dan Proses Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel *independent* dan variabel *dependent*. Persamaan regresi linier berganda menggunakan rumus menurut Sugiyono (2022:286) yang akan disajikan berikutnya:

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

Keterangan:

$Y$  = Variabel Terikat (Proses Keputusan Pembelian)

$a$  = Bilangan Konstanta

$b_1$  = Koefisien Regresi (Harga)

$b_2$  = Koefisien Regresi (Kualitas Produk)

$X_1$  = Variabel Bebas (Harga)

$X_2$  = Variabel Bebas (Kualitas Produk)

$e$  = Tingkat Kesalahan (*Standar error*)

### 3.6.2.3. Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda menurut Sugiyono (2022:284) Analisis Korelasi Berganda yaitu suatu analisis untuk menguji hipotesis tentang hubungan dua variabel *independent* atau lebih secara bersama-sama dengan satu variabel *dependent*. Analisis korelasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa derajat atau kekuatan hubungan antara variabel Harga ( $X_1$ ), dan Kualitas Produk

( $X_2$ ), terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y), yang dapat dinyatakan dengan istilah Koefisien Korelasi, Koefisien korelasi merupakan besar kecilnya hubungan antara dua variabel yang dinyatakan dalam bilangan tersebut. Rumus korelasi berganda menurut Sugiyono (2022:284) akan disajikan peneliti pada uraian berikut ini:

$$R_{yx_1x_2} = \sqrt{\frac{r^2xy_1 + r^2xy_2 - 2ryx_1ryx_2rx_1x_2}{1 - r^2x_1x_2}}$$

Keterangan:

$R_{yx_1x_2}$  = Korelasi antara variabel  $X_1$  dengan  $X_2$  secara bersama-sama dengan variabel Y

$ryx_1$  = Korelasi *product moment* antara  $X_1$  dengan Y

$ryx_2$  = Korelasi *product moment* antara  $X_2$  dengan Y

$rx_1x_2$  = Korelasi *product moment* antara  $X_1$  dengan  $X_2$

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

sebagai berikut:

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

Tabel mengenai taksiran besarnya koefisien korelasi akan disajikan pada halaman berikutnya:

**Tabel 3.6**  
**Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkatan Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Lemah
0,200 – 0,399	Lemah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2022:288)

#### 3.6.2.4 Analisis Koefisien Determinasi R

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh Harga (X1), Kualitas Produk (X2), terhadap Proses 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 pada uraian berikut:

##### 1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda Simultan

Koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh Harga (X1), Kualitas Produk (X2), terhadap Proses Keputusan pembelian (Y) yaitu proses keputusan pembelian atau perhitungan koefisien determinasi secara simultan yang diketahui rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

$R^2$  = Koefisien korelasi berganda

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

## 2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

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 adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

$\beta$  = Standar koefisien Beta (nilai  $b_1, b_2, b_3$ )

*Zero Order* = Korelasi variabel *independent* dengan variabel *dependent*

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi akan peneliti uraikan berikut ini:

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

### 3.7 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis merupakan kesimpulan sementara mengenai masalah yang masih bersifat dugaan sementara karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh Harga (X1), Kualitas Produk (X2), terhadap Proses Keputusan Pembelian

(Y), secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ). Selanjutnya adalah uraian mengenai uji hipotesis simultan (Uji F).

### 3.7.1. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji simultan dengan *F-test* ini bertujuan mengetahui pengaruh bersama-sama variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Pada penelitian ini yang menjadi variabel *independent* yaitu harga dan kualitas Produk sedangkan yang menjadi variabel *dependent* adalah proses keputusan pembelian dengan objek penelitiannya yaitu *clothing* James Boogie. Hipotesis yang akan dikemukakan oleh peneliti akan disajikan pada uraian berikut ini:

#### a. Membuat Formulasi Uji Hipotesis

1.  $H_0 : b_1, b_2 = 0$ : Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan harga dan kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian.
2.  $H_0 : b_1, b_2 \neq 0$ : Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel harga dan kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian.

#### b. Menentukan Tingkat Signifikan

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

#### c. Menghitung nilai $F_{hitung}$ untuk mengetahui apakah variabel-variabel koefisien korelasi signifikan atau tidak. Dengan rumus menurut Sugiyono (2022:284):

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

Keterangan:

- $r^2$  = Koefisien korelasi ganda
- $K$  = Jumlah variabel bebas
- $n$  = Jumlah sample
- $F$  = Fhitung yang selanjutnya dibandingkan dengan Ftabel
- $(n-K-1)$  = Derajat kebebasan

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

- a. Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel} \rightarrow H_0$  ditolak dan sebaliknya  $H_a$  diterima (signifikan).
- b. Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel} \rightarrow H_0$  diterima dan sebaliknya  $H_a$  ditolak (tidak signifikan).

### 3.7.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis parsial (Uji t) digunakan untuk menguji pengaruh variabel *independent* secara parsial atau secara terpisah masing-masing variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Hipotesis parsial yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1 Membuat Formulasi Uji Hipotesis
  - a  $H_0 : b_1 = 0$ , Tidak ada pengaruh signifikan harga terhadap proses keputusan pembelian.
  - b  $H_1 : b_1 \neq 0$ , Ada pengaruh signifikan harga terhadap proses keputusan pembelian.

2 Pengaruh kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian

- a  $H_0 : b_2 = 0$ , Tidak ada pengaruh signifikan kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian.
- b  $H_1 : b_1 \neq 0$ , Ada pengaruh kualitas Prduk terhadap proses keputusan pembelian.

3 Menentukan tingkat signifikan

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

4 Menghitung uji *t-test* Pengujian regresi secara parsial dimaksud apakah variabel bebas berkorelasi nyata atau tidak terhadap variabel dengan rumus menurut Sugiyono (2022:288) sebagai berikut:

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

Keterangan:

$t_{hitung}$  = Statistik Uji Korelasi

$n$  = Jumlah Sampel

$r$  = Nilai korelasi parsial

Hasil hipotesis  $t_{hitung}$  dibandingkan dengan  $t_{tabel}$ , dengan ketentuan berikut:

1. Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikan
  - a. Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak.
  - b. Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$ ditolak, sebaliknya  $H_a$  diterima.

2. Dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ :
  - a. Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
  - b. Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### 3.8 Rancangan Kuesioner

Kuesioner menurut Sugiyono (2022:225) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. *Kuesioner* merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila variabel yang akan diukur dan apa yang bisa diharapkan dari responden sudah diketahui dengan pasti. Kuesioner berisi pernyataan mengenai variabel Harga dan Kualitas Produk terhadap Proses Keputusan Pembelian. Responden memilih pada kolom yang sudah disediakan dan memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan dengan menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti dan berpedoman pada skala *Likert*.

### 3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah perusahaan *clothing* Janes Boogie Jl. Gambir Saketi No. 44, Sukaluyu, Kec Cibeunying Kaler, Kota Bandung Jawa Barat. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Juli 2023 sampai selesai.