

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada masalah yang telah diuraikan pada Bab I yaitu pendekatan deskriptif dan verifikatif. Metode penelitian menurut Sugiyono, (2017:2) “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”.

Pada penelitian ini pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini berupa informasi yang berhubungan dengan variabel-variabel atau masalah yang akan diteliti. Penelitian yang akan digunakan adalah penelitian bersifat deskriptif dan verifikatif karena metode tersebut dirasa sesuai dan dapat mendukung dengan permasalahan. Dalam penelitian ini metode deskriptif digunakan untuk menjawab perumusan masalah pada nomor satu hingga nomor tiga yaitu Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Keputusan Pembelian (Y).

Menurut Sugiyono (2018:64) metode 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.

Menurut Sugiyono (2018:65) metode verifikatif adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk mengetahui apakah suatu variabel memiliki pengaruh terhadap variabel yang lain, dalam penelitian ini akan mengkaji seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.

### **3.2 Definisi Variabel dan Operasional Variabel**

Sesuai dengan judul penelitian, bahwa permasalahan mengenai variable Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian. Maka pada bagian ini penulis akan menjelaskan mengenai definisi dan ukuran yang digunakan untuk setiap variabel baik variabel independen, dan dependen. Dalam penelitian ini aspek yang diteliti ini meliputi Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Masing-masing variabel tersebut kemudian didefinisikan dan dibuat operasionalisasi variabel berdasarkan dimensi, indikator, ukuran dan skala penelitian.

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

Dalam suatu penelitian terdapat variabel yang merupakan permasalahan yang ada di dalam penelitian. Pengertian variabel menurut Sugiyono (2018:68) adalah suatu karakteristik atau atribut dari individu atau organisasi yang dapat diukur atau diobservasi yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dijadikan pelajaran dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Penelitian yang dilakukan terdapat variabel yang harus ditetapkan

sebelum memperoleh atau mulai pengumpulan data. Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian.

Variabel ini melibatkan tiga variabel yaitu persepsi harga dan kualitas produk sebagai variabel bebas (*independent variable*) dan keputusan pembelian ulang sebagai variabel terikat (*dependent variable*). Berikut ini peneliti sajikan penjelasan dari masing-masing variabel.

1. Kualitas Produk (X1)

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen guna memenuhi kepuasan konsumen diantaranya daya tahan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian, serta atribut lainnya yang bebas dari kekurangan dan kerusakan. Garvin dalam Laksana (2019), Kotler dan Armstrong (2018:253) dan Martinich dalam Yamit (2017:11).

2. Harga (X2)

Harga adalah jumlah yang harus dikeluarkan konsumen untuk suatu barang atau jasa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Harga merupakan faktor penting dalam perusahaan, sehingga perusahaan harus dapat memaksimalkan harga agar dapat menghasilkan pendapatan bagi keberlangsungan perusahaan. Fandy Tjiptono (2019:210), Kotler dan Armstrong (2018:44) dan Mursid dalam T Sofyan (2018:131).

3. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian merupakan keputusan, proses, dan studi dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, *promosi*, *physical evidence*, *people*, dan *process*. Menurut Tjiptono (2015:21), Buchari Alma (2016:96), dan Kotler dan Keller (2016:194)

Setelah peneliti menjabarkan definisi-definisi dari setiap variabel penelitian maka pada sub bab berikutnya akan menjabarkan operasionalisasi variabel guna memperjelas variabel-variabel dalam penelitian ini.

### **3.2.2 Operasionalisasi Variabel**

Operasionalisasi variabel menjelaskan mengenai variabel yang diteliti, konsep, indikator, serta skala pengukuran yang akan dipahami dalam operasionalisasi variabel penelitian. Tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian. Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel yang diteliti, yaitu Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Keputusan Pembelian ( $Y$ ). 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 interval. Operasionalisasi variabel untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 1**  
**Operasional variabel Penelitian**

Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
<p>Kualitas Produk (<math>X_1</math>)</p> <p>Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen guna memenuhi kepuasan konsumen diantaranya daya tahan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian, serta atribut lainnya yang bebas dari kekurangan dan kerusakan.</p> <p>Kotler dalam Roisah &amp; Riana (2016:224) Tjiptono dalam Kuspriyono (2016:74) Kotler dalam Melyani (2016:244)</p>	Kinerja	Kegunaan dasar	Tanggapan konsumen mengenai kegunaan dasar produk	Ordinal	1
		Manfaat	Tanggapan konsumen mengenai tingkat manfaat dari produk	Ordinal	2
	Keragaman Produk	Keragaman pilihan tipe produk	Tanggapan konsumen mengenai tingkat keragaman produk	Ordinal	3
	Keandalan	Ketahanan produk	Tanggapan konsumen mengenai tingkat Ketahanan produk selama jangka waktu tertentu	Ordinal	4
	Kesesuaian	Spesifikasi sasaran	Tanggapan konsumen mengenai tingkat spesifikasi sasaran yang dijanjikan terhadap produk	Ordinal	5
	Daya Tahan	Ketebalan produk	Tanggapan konsumen mengenai tingkat ketebalan produk	Ordinal	6
		Bahan dasar produk	Tanggapan konsumen mengenai bahan dasar produk	Ordinal	7
	Estetika	Tampilan desain produk	Tanggapan konsumen mengenai tampilan desain produk	Ordinal	8
		Tampilan warna produk	Tanggapan konsumen mengenai tampilan warna produk	Ordinal	9
Harga ( $X_2$ )	Keterjangkauan harga	Penawaran harga	Tanggapan konsumen mengenai tingkat	Ordinal	10

Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
<p>Harga adalah jumlah yang harus dikeluarkan konsumen untuk suatu barang atau jasa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Harga merupakan faktor penting dalam perusahaan, sehingga perusahaan harus dapat memaksimalkan harga agar dapat menghasilkan pendapatan bagi keberlangsungan perusahaan.</p> <p>Fandy Tjiptono (2019:210), Kotler dan Armstrong (2018:44) dan Mursid dalam T Sofyan (2018:131)</p>			keterjangkauan produk		
			Tanggapan konsumen harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan mutu produk	Ordinal	11
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang dirasakan	Tanggapan konsumen mengenai tingkat harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang dirasakan	Ordinal	13
			Tanggapan konsumen mengenai mutu produk lebih baik dari pesaing lainnya	Ordinal	13
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan	Tanggapan konsumen mengenai harga yang ditetapkan dapat membuka peluang bagi <i>reseller</i> untuk menjual kembali.	Ordinal	14
			Tanggapan konsumen mengenai tingkat harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan	Ordinal	15
	Daya saing harga	Harga yang ditawarkan lebih murah dari pesaing	Tanggapan konsumen mengenai tingkat harga yang ditawarkan lebih murah dari pesaing	Ordinal	16
			Tanggapan konsumen enyesuaian harga berdasarkan harga	Ordinal	17

Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
			rata-rata usaha sejenis		
<p>Keputusan Pembelian (Y)</p> <p>Keputusan pembelian merupakan keputusan, proses, dan studi dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, <i>promosi</i>, <i>physical evidence</i>, <i>people</i>, dan <i>process</i>.</p> <p>Tjiptono (2015:21)            Buchari Alma (2016:96)            Kotler dan Keller (2016:194)</p>	Pilihan produk	Banyaknya pilihan produk	Tanggapan konsumen mengenai tingkat banyaknya pilihan produk	Ordinal	18
	Pilihan merek	Kepercayaan terhadap merek	Tanggapan konsumen mengenai tingkat kepercayaan terhadap merek	Ordinal	19
		Keterkenalan merek	Tanggapan konsumen mengenai tingkat popularitas merek	Ordinal	20
	Pilihan Penyalur	Lokasi fisik toko	Tanggapan konsumen mengenai Tingkat lokasi fisik toko	Ordinal	21
	Waktu Pembelian	Ketersediaan produk	Tanggapan konsumen mengenai Tingkat ketersediaan produk terhadap waktu pembelian	Ordinal	22
	Jumlah Pembelian	Ketersediaan jumlah/ <i>stock</i> produk	Tanggapan konsumen mengenai Tingkat ketersediaan jumlah/ <i>stock</i> produk	Ordinal	23
	Metode Pembayaran	Kemudahan dalam proses pembayaran	Tanggapan konsumen mengenai Tingkat kemudahan dalam membayar	Ordinal	24

Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
			Tanggapan konsumen mengenai tingkat kemudahan mendapatkan produk	Ordinal	25

Sumber: Data oleh peneliti 2022

### 3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Untuk mempermudah pengolahan data maka peneliti akan mengambil bagian dan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel. Sampel penelitian diperoleh dari teknik *sampling* tertentu.

#### 3.3.1 Populasi

Populasi dalam konteks penelitian merupakan objek keseluruhan dalam sebuah penelitian atau dapat dikatakan populasi adalah jumlah keseluruhan dari individu-individu yang karakternya akan diteliti. Populasi dapat berupa orang, benda, perusahaan sampai lembaga yang sifatnya bisa dihitung jumlahnya.

Populasi menurut Sugiyono (2018:126) adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Fokus penelitian ini berlokasi di Wanina Store dimana populasi pada penelitian ini adalah pembeli dari Wanina Store kota Bandung.

**Tabel 3. 2**

**Data Konsumen *Wanina Store* Kota Bandung Yang Melakukan Pembelian pada Januari-Desember 2022**

No	Bulan	Jumlah Pembeli
1	Januari	56
2	Februari	75
3	Maret	63
4	April	83
5	Mei	24
6	Juni	50
7	Juli	48
8	Agustus	23
9	September	78
10	Oktober	43
11	November	35
12	Desember	61
<b>Total</b>		<b>639</b>

Sumber: *Wanina Store* (2022)

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2018:127) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi yang ada pada penelitian. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka peneliti harus mengambil sampel yang benar-benar representatif (dapat mewakili). Untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dari populasi peneliti menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Slovin dalam Calvin (2020:52) dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilai  $e=10\%$  adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

$n$  : Ukuran sampel

$N$  : Populasi

$e$  : Tingkat kelonggaran ketidak sesuaian pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan.

Jumlah populasi yaitu sebanyak orang dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,10) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan 90%, sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi dapat dihitung sebagai berikut yang peneliti sebagai berikut :

$$n = \frac{639}{1 + 639(0,1)^2} = 86,82 \text{ dibulatkan menjadi } 87$$

Jadi diketahui pertimbangan untuk ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 86,82 konsumen. Untuk memudahkan perhitungan maka sampel dibulatkan menjadi 87 orang konsumen

### 3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Teknik pengumpulan sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* ini menurut (Sugiyono, 2017:142) menjelaskan bahwa *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih

menjadi sampel. Adapun jenis-jenis dari teknik *non probability sampling* yaitu *sampling* sistematis, *sampling* kuota, *sampling* insidental, *sampling purposive*, *sampling* jenuh dan *snowball sampling*. Teknik *non probability sampling* yang dipilih dalam penelitian ini yaitu jenis *sampling* insidental.

Menurut Sugiyono (2017:144) *sampling* insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

**Tabel 3. 3**  
**Karakteristik Responden**

No	Karakteristik Responden	Keterangan
1	Jenis Kelamin	1. Pria 2. Wanita
2	Usia	1. <20 Tahun 2. 20 - 24 Tahun 3. 25 - 29 Tahun 4. 30 – 35 Tahun 5. >35 Tahun
3	Pendapatan per Bulan	1. < Rp 1.000.000 2. Rp 1.000.000 - Rp 2.500.000 3. Rp 2.600.000 – Rp 3.500.000 4. Rp 3.600.000 - Rp. 4.500.000 5. > Rp 4.500.000

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2018:194) menyebutkan jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian adalah sebagai berikut:

#### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari hasil wawancara, observasi, dan kuesioner yang disebarkan kepada sejumlah sampel responden yang sesuai dan dianggap mewakili seluruh populasi. Untuk memperoleh data tersebut, teknik pengumpulan data dilakukan dengan penelitian perpustakaan, wawancara, kuesioner, dan observasi.

a. Perpustakaan

Perpustakaan bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi dengan bantuan yang terdapat di perpustakaan, seperti mempelajari dokumen-dokumen, catatan maupun buku-buku referensi yang berhubungan dengan Kualitas Produk dan Harga. Selain itu, penelitian kepustakaan dilakukan sebagai bahan rujukan atau referensi dalam pembuatan skripsi ini.

b. Wawancara

Data yang diperoleh dengan cara melakukan komunikasi dan tanya jawab secara langsung kepada pihak perusahaan tentang masalah yang diteliti yaitu variabel Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Keputusan Pembelian Ulang.

c. Kuisisioner

Penyebaran data yang dilakukan dengan cara mengajukan daftar pernyataan yang disebarkan kepada sejumlah sampel responden.

d. Observasi

Mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap masalah yang berkaitan dengan penelitian, yaitu pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.

## 2. Data Sekunder

Pengumpulan data melalui sumber-sumber tidak langsung yang berkaitan dengan topik bahasan, seperti penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan, literatur-literatur, dokumen yang ada kaitannya dengan objek penelitian.

### a. Studi Kepustakaan

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara mempelajari dan membaca berbagai sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi kepustakaan data yang diperoleh dari buku, majalah dan lainnya, yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

### b. Jurnal

Yaitu data yang berhubungan dengan penelitian yang membahas topik yang sama dan dianggap relevan dengan topik penelitian.

### c. Internet

Yaitu dengan cara mencari informasi-informasi yang berhubungan dengan topik penelitian yang dipublikasikan di internet, baik berbentuk jurnal, makalah dan karya ilmiah.

## 3.5 Uji Instrumen Penelitian

Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Menurut Sugiyono (2018:156) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Uji instrumen 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 tingkat kekonsistenan 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

Validitas merupakan alat untuk menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Menurut Sugiyono (2019:175) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Tujuan uji validitas untuk mengetahui sejauh mana ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir instrumen yang dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor dari setiap butir dengan skor totalnya. Valid berarti bahwa instrumen tersebut dapat diukur untuk mengukur apa seharusnya diukur. Pengujian validitas dapat dilakukan dengan cara analisis faktor, yaitu mengkorelasikan antara skor butir soal dengan total dengan menggunakan rumus Pearson *Product Moment* sebagai berikut:

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

Dimana:

$r_{xy}$  = Koefisien *r product moment*

$x$  = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

$y$  = Skor total instrumen

$n$  = Jumlah responden dalam uji instrument

$\Sigma x_i$  = Jumlah hasil pengamatan variabel x

$\Sigma y_i$  = Jumlah hasil pengamatan variabel y

$\Sigma x_i y_i$  = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel x dan variabel y

$\Sigma x_i^2$  = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor x

$\Sigma y_i^2$  = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor y

Dasar pengambilan keputusan:

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

Angka yang diperoleh harus dibandingkan dengan standar nilai korelasi validitas, menurut Sugiyono (2018:180) menyatakan bahwa syarat minimum untuk suatu butir instrumen atau pernyataan dianggap valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 keatas. Maka dari itu, semua instrumen atau pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel judul item *Total Statistic*. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *corrected item total correlation* masing-masing butir pertanyaan.

### 3.5.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana semua alat ukur dapat dipercaya (dapat diandalkan). Hal ini berarti menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dikatakan konsisten, jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Menurut Sugiyono (2019:176) uji reliabilitas adalah bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas digunakan metode *split half*, 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*.

Berkenaan dengan hal tersebut peneliti melampirkan 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 perolehan dengan rumus sebagai berikut.

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

Dimana:

$R_{AB}$  = Koefisien *pearson product moment*

$\Sigma A$  = Jumlah total skor belahan ganjil

$\Sigma B$  = Jumlah total skor belahan genap

$\Sigma A^2$  = jumlah kuadrat skor belahan ganjil

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

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

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus *spearman brown* menurut Sugiyono (2018:187) sebagai berikut:

$$r_i = \frac{2 \cdot rb}{1 + b}$$

Dimana:

$r_i$  = Nilai reliabilitas internal seluruh instrumen

$rb$  = Kolerasi *product moment* antara belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7.

Setelah dapat nilai reliabilitas ( $r_{hitung}$ ) maka nilai 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.

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 dan Uji Hipotesis**

Menurut Sugiyono (2018:206) metode analisis data adalah cara untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, metabilisasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. 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 persentase. Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya hubungan antar variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi (Sugiyono,2018:207). Kebenaran hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul.

Berdasarkan pendapat yang telah dipaparkan dapat disimpulkan analisis data digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *independen* ( $X_1$ ) = *kualitas produk*, ( $X_2$ ) = *persepsi harga* terhadap variabel *dependent* ( $Y$ ) = keputusan pembelian ulang.

### 3.6.1 Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini juga menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner yang bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan sejauh mana tanggapan konsumen terhadap variabel  $X_1$  (*Kualitas produk*), variabel  $X_2$  (*Harga*), dan variabel Y (keputusan pembelian) pada Wanina Store. Menurut Sugiyono (2018:64) 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 (2018:146) 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 alternatif, menurut Sugiyono (2018:147) skor skala *likert* pada halaman selanjutnya.

**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 (2018:147)

Berdasarkan Tabel 3.3 dapat diketahui bahwa dalam pernyataan-pernyataan positif dan negatif memiliki bobot nilai yang berbanding terbalik. Pada kuesioner penelitian ini peneliti akan menggunakan 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 *dependent* dan *independent* diatas dalam operasionalisasi variabel ini, semua variabel diukur oleh instrumen 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. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, kemudian dirata-ratakan dan selanjutnya peneliti gambarkan dalam suatu garis kontinum untuk mengetahui kategori dari hasil rata-rata tersebut.

Peneliti dalam menentukan kategori skala pada garis kontinum menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sum p = \frac{\sum \text{Jawaban Kuesioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor rata - rata}$$

Setelah diketahui skor rata-rata, maka hasil tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor selanjutnya akan dikategorikan pada rentan 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 =  $\frac{5-1}{5} = 0,8$

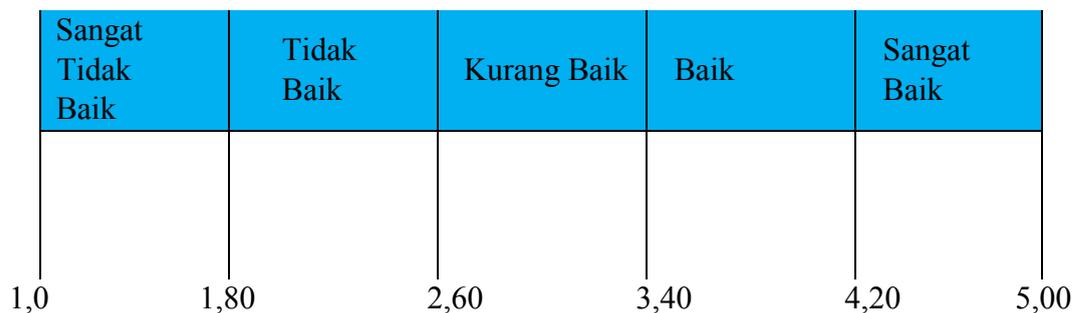
Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat diketahui kategori skala tabel sebagai berikut:

**Tabel 3. 5**  
**Kategori Skala**

No	Skala	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 (2018:148)

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



**Gambar 3. 1**  
**Garis Kontinum**

### 3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistic. Menurut Sugiyono (2018:65) analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Verifikatif berarti menguji teori dengan menguji suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak. Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode yang akan peneliti bahas sebagai berikut.

#### 3.6.2.1 *Method of Successive Interval (MSI)*

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

Dalam banyak prosedur statistik seperti regresi, korelasi pearson, uji t dan lain sebagainya mengharuskan data berskala interval. Oleh karena itu, jika hanya

mempunyai data berskala ordinal maka data tersebut harus diubah kedalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur tersebut.

Langkah-langkah dalam mengkonversikan skala ordinal menjadi skala interval yaitu:

1. Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab 1-5 untuk setiap pertanyaan).
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden disebut dengan proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai  $Z$ .
6. Menghitung *Scale Value* (SV) untuk masing-masing responden dengan rumusan berikut:

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

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

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1[sv \text{ min}]$$

Pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti 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

Menurut Sugiyono (2018:213) menyatakan bahwa analisis regresi linier berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berbuahnya nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikan atau diturunkan nilainya. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh secara simultan (bersama-sama) variabel *Kualitas Produk* ( $X_1$ ), *Harga* ( $X_2$ ) dan keputusan pembelian ( $Y$ ). analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen apakah masing-masing independen berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen apabila variabel dependen tersebut mengalami perubahan. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus menurut Sugiyono (2018:258) sebagai berikut:

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

Dimana:

$Y$  = Variabel Terikat (Keputusan Pembelian)

$a$  = Bilangan Konstanta

$b_1$  = Koefisien Regresi (*Kualitas Produk*)

$b_2$  = Koefisien Regresi (*Harga*)

$X_1$  = Variabel Bebas (*Kualitas Produk*)

$X_2$  = Variabel Bebas (*Harga*)

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

### 3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Menurut Sugiyono (2018:213) Analisis korelasi yaitu suatu analisis untuk menguji hipotesis tentang hubungan dua variabel independen atau lebih secara bersama-sama dengan satu variabel dependen. Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) 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 menurut Sugiyono (2018:257) adalah sebagai berikut:

$$R_{yx_1x_2} = \frac{\sqrt{r^2_{yx_1} + r^2_{yx_2} - 2r_{yx_1}r_{yx_2}r_{x_1x_2}}}{1 - r^2_{x_1x_2}}$$

Dimana:

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

dengan variabel  $Y$

$r_{yx_1}$  = Korelasi *product moment* antara  $X_1$  dengan  $Y$

$r_{yx_2}$  = Korelasi *product moment* antara  $X_2$  dengan  $Y$

$r_{x_1x_2}$  = Korelasi *product moment* antara  $X_1$  dengan  $X_2$

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  $Y$  (keputusan pembelian).

Apabila  $r = -1$ , artinya terdapat hubungan antara variabel *Kualitas Produk (X1)*, *Harga (X2)*, dan variabel  $Y$  (keputusan pembelian). variabel negatif.

Apabila  $r = 0$ , artinya tidak terdapat hubungan korelasi antara variabel *Kualitas Produk (X1)*, *Harga (X2)*, dan variabel  $Y$  (keputusan pembelian).

**Tabel 3. 6**  
**Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi**

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

Sumber: Sugiyono (2018:248)

### 3.6.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan kesimpulan sementara dari masalah dan masih merupakan tebakan sementara, karena masih perlu dibuktikan. Jika hipotesis salah maka hipotesis akan ditolak, jika benar hipotesis akan diterima. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, baik 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)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji simultan dengan F-test bertujuan mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu *Kualitas Produk* dan *Harga* sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian. pengujian ini menggunakan uji F dengan langkahlangkah sebagai berikut:

a. Merumuskan Hipotesis

1.  $H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$  : Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian.
2.  $H_0 : \beta_1, \beta_2 \neq 0$  : Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian.

b. Menentukan Tingkat Signifikansi

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi  $\alpha = 0,1$  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 (2018:257) sebagai berikut:

$$F_k = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)/(n - K - 1)}$$

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien korelasi ganda

$K$  = Jumlah variabel bebas (*independent*)

$n$  = Jumlah anggota sampel

$F$  = F Hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F Tabel

$(n-K-1)$  = Derajat Kebebasan

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

- a. Jika  $F \text{ Hitung} \geq F \text{ Tabel} = 0,1$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (signifikan)
- b. Jika  $F \text{ Hitung} \leq F \text{ Tabel} = 0,1$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak (tidak signifikan)

### 3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian parsial digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen 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 menjabarkan sebagai berikut:

Membuat Formulasi Uji Hipotesis

1.  $H_0 : \beta_1 = 0$ , Tidak ada pengaruh signifikan *Kualitas Produk* terhadap keputusan pembelian.

2.  $H_1 : \beta_1 \neq 0$ , ada pengaruh signifikan *Kualitas Produk* terhadap keputusan pembelian.
3.  $H_0 : \beta_2 = 0$ , tidak ada pengaruh signifikan *Harga* terhadap keputusan pembelian.
4.  $H_1 : \beta_1 \neq 0$ , ada pengaruh signifikan *Harga* terhadap keputusan pembelian.

Untuk dapat menghitung pengaruh parsial tersebut maka digunakanlah Ttest dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

- $t_{hitung}$  = Statistik Uji Korelasi  
 $r$  = Nilai Korelasi Parsial  
 $n$  = Jumlah Sampel

Kemudian hasil hipotesis  $t$  hitung dibandingkan dengan  $t$  tabel, dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel} = 0,1$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel} = 0,1$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### 3.6.3.3 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh variabel independen (X) yaitu *Kualitas Produk* dan *Harga* terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian. langkah dari perhitungan

analisis koefisien determinasi yang digunakan yaitu koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, yaitu sebagai berikut:

1. Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya persentase variabel independen yaitu variabel *Kualitas Produk* ( $X_1$ ) dan *Harga* ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian secara simultan. Berikut ini merupakan rumus untuk menghitung koefisien determinasi berganda:

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

Keterangan:

Kd = Nilai Koefisien Determinasi

R = Koefisien korelasi *product moment*

100% = Pengalihan yang dinyatakan dalam persentase

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis 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 yang peneliti sajikan pada halaman selanjutnya:

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

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

$\beta$  = Nilai standar koefisien

*Zero Order* = Korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

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

### **3.7 Rancangan Kusioner**

Menurut Sugiyono (2018:199) kusioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penyusunan kusioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kusioner itu berisi pernyataan mengenai variabel Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian sebagaimana yang tercantum di operasionalisasi variabel penelitian. Responden memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti dengan berpedoman pada skala *likert*.

### **3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi yang menjadi tempat penelitian dalam penelitian ini adalah *Wanina Store* yang beralamat di Jl.Binong Jati No 124 Kelurahan Binong Kecamatan Batununggal kota Bandung, Jawa Barat 40275. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Februari 2023 sampai dengan selesa