

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 deskriptif dan verifikatif. Metode penelitian menurut Sugiyono, (2019:2) “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”.

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 (X_1), harga (X_2) terhadap 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.

Data yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi suatu masalah. Dalam melakukan penelitian, penelitian menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono

(2017:11) 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 suatu kesimpulan. Kemudian penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2017:11) adalah suatu penelitian yang ditunjukan 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 dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji, bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas produk dan harga, dan bagaimana tanggapan terhadap keputusan pembelian konsumen PT. Tahu Tauhid Lembang.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian, bahwa permasalahan mengenai variable kualitas produk, harga, terhadap 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), terhadap 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*). Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent variable*), dan variabel terkait (*dependent variable*). Penelitian yang dilakukan terdapat variabel yang harus ditetapkan sebelum memperoleh atau pengumpulan data. Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian. Variabel ini melibatkan tiga variabel, yaitu variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2), sebagai variabel independen dan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel dependen, berikut ini penjelasannya:

1. Kualitas produk (X_1)

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).

2. Harga (X_2)

Menurut Fandy Tjiptono (2019:210) yang menyatakan bahwa “Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa”

3. Keputusan pembelian (Y)

Keputusan pembelian dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi antara merek dalam kumpulan pilihan, konsumen juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai. (Kotler dan Armstrong 2018:191)

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 Penelitian

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menjabarkan variabel penelitian ke dalam konsep dimensi dan indikator yang akan menjadi bahan penyusunan instrumen kuesioner. Tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian. Sesuai dengan judul pada PT Tahu Tauhid maka terdapat tiga variabel yang dapat peneliti gunakan untuk menetapkan variabel, kemudian dikembangkan menjadi indikator-indikator lalu dikembangkan lagi menjadi item-item pernyataan yang akan digunakan dalam pembuatan kuesioner. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam tabel berikut:

Tabel 3. 1
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
<p align="center">Kualitas Produk (X₁) Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen guna memenuhi kepuasan konsumen diantaranya warna, bentuk atau tekstur, bentuk kemasan serta atribut lainnya yang bebas dari kekurangan dan kerusakan. (Setiyana dan Widyasari, 2019)</p>	Warna	Produk PT. Tahu Tauhid Lembang mempunyai warna yang menarik	Tingkatan pada warna makanan tersebut	Ordinal	1
		Produk PT. Tahu Tauhid Lembang mempunyai warna yang lebih menarik dibandingkan pesaing	Tingkatan produk	Ordinal	2
	Bentuk atau tekstur	Produk PT. Tahu Tauhid Lembang Memiliki bentuk yang menarik	Tingkatan bentuk produk tersebut	Ordinal	3
		Produk PT. Tahu Tauhid lembang memiliki produk tekstur yang halus	Tingkatan tekstur produk tersebut	Ordinal	4
	Bentuk Kemasan	Kemasan produk PT. Tahu Tauhid sangat bagus	Tingkatan kemasan pada produk tersebut	Ordinal	5
		Produk PT. Tahu Tauhid Lembang memiliki bentuk kemasan yang berbeda dari	Tingkatan bentuk kemasan yang menarik	Ordinal	6

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
		perusahaan pesaing			
<p>Harga (X2)</p> <p>Menurut Fandy Tjiptono (2019:210) yaitu, Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.</p>	Keterjangkauan Harga	Harga yang ditawarkan PT. Tahu Tauhid Lembang lebih terjangkau	Tingkatan keterjangkauan harga	Ordinal	7
		Harga yang ditawarkan PT. Tahu Tauhid Lembang sesuai dengan daya beli	Tingkatan harga bervariasi sesuai jenis	Ordinal	8
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas produk	Kesesuaian harga dengan kualitas produk yang ditawarkan PT. Tahu Tauhid Lembang itu sesuai	Tingkatan kesesuaian harga dengan produk yang diinginkan	Ordinal	9
		Harga yang ditawarkan PT. Tahu Tauhid Lembang sesuai produk yang diinginkan	Tingkatan harga yang ditawarkan dengan produk yang diinginkan	Ordinal	10
	Daya Saing Harga	PT. Tahu Tauhid memiliki harga yang lebih terjangkau	Tingkatan harga dapat bersaing dengan pesaing	Ordinal	11

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
		dibandingkan pesaing			
	Kesesuaian Harga dengan manfaat	Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan	Tingkatan harga dapat bersaing dengan produk lain	Ordinal	12
Keputusan Pembelian keputusan pembelian bahwa keputusan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk meliputi lima dimensi keputusan pembelian yang dapat dijadikan landasan untuk menarik indikator dalam penelitian Tjiptono (2020:184)	Pemilihan Produk	Saya membeli produk di PT. Tahu Tauhid sesuai dengan keinginan karena harga dan kualitas barang yang bagus	Tingkatan keputusan pembelian berdasarkan kualitas produk dan harga	Ordinal	13
		Kualitas produk sangat baik dibandingkan dengan produk pesaing	Tingkatan keputusan pembelian berdasarkan kualitas produk	Ordinal	14
	Pemilihan Merek	Kepercayaan terhadap merek	Tingkatan kepercayaan meningkat	Ordinal	15
		Popularitas merek	Tingkatan popularitas merek	Ordinal	16
	Pemilihan Penyalur	Memilih penyalur berdasarkan ketersediaan produk	Tingkatan keputusan pembelian berdasarkan ketersediaan produk	Ordinal	17
		Memilih penyalur berdasarkan lokasi	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan lokasi	Ordinal	18

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
	Waktu Pembelian	Saya membeli produk berdasarkan kebutuhan	Tingkat waktu pembelian berdasarkan kebutuhan	Ordinal	19
		Saya membeli produk berdasarkan promosi	Tingkat waktu pembelian berdasarkan promosi	Ordinal	20
	Jumlah Pembelian	Jumlah transaksi yang dibelanjakan konsumen di PT. Tahu Tauhid sudah sesuai dengan kualitas produk dan harga	Tingkat jumlah pembelian	Ordinal	21
		Saya akan melakukan pembelian ulang produk PT. Tahu Tauhid	Tingkat waktu jumlah pembelian	Ordinal	22

Sumber: Data Diolah Peneliti 2024

3.3 Populasi dan Sampel

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

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2017:80). Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh objek itu. Populasi dalam penelitian itu adalah seluruh pengunjung atau konsumen PT. Tahu Tauhid Lembang. Selanjutnya akan disajikan tabel mengenai jumlah pengunjung PT. Tahu Tauhid Lembang periode tahun 2023.

Tabel 3. 2
Jumlah Pengunjung PT. Tahu Tauhid Lembang Periode Januari-Desember 2023

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	388
2	Februari	327
3	Maret	430
4	April	400
5	Mei	732
6	Juni	928
7	Juli	349
8	Agustus	418
9	September	508
10	Oktober	399
11	November	310
12	Desember	593
	Jumlah	5.782
	Rata-rata	482

Sumber: PT.Tahu Tauhid

Berdasarkan Tabel 3.2 yang disajikan menunjukkan bahwa jumlah PT. Tahu Tauhid Lembang mengalami fluktuatif setiap bulannya. Populasi yang akan diambil dalam penelitian ini adalah jumlah rata-rata pengunjung setiap bulannya dengan cara menunjukkan keseluruhan pengunjung periode Januari 2022 – Desember 2023

yaitu sebanyak $5.782/12$ bulan = 428 orang. Maka diperoleh populasi penelitian ini sebanyak 428 orang.

3.3.2 Sampel

Suatu penelitian terkadang memiliki jumlah populasi yang sangat banyak sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan penelitian secara menyeluruh. Untuk itu diperlukan sebagian dari populasi tersebut yang dapat mewakili dari seluruh populasi yang ada Menurut Sugiyono (2021:127) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi pada penelitian. Sampel dilakukan karena penelitian terbatas dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka peneliti harus mengambil sampel benar-benar representatif (dapat mewakili). Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan, maka digunakan rumus slovin sebagai berikut.

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

Dimana:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

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

$$\text{Jadi: } n = \frac{482}{1+482 (0,1)^2} = 82,8 \sim 83$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka dapat diperoleh ukuran (n) dalam penelitian sebanyak 83 (dibulatkan) orang yang akan dijadikan ukuran sampel.

3.3.3 Teknik Sampling

Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, menurut (Sugiyono 2021:128) menjelaskan bahwa teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel. Sampel yang digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Menurut Sugiyono (2019:82) terdapat dua teknik sampling yang dapat digunakan *probability* sampling dan *non probability* sampling. *Probability* sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi unsur setiap (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. *Non probability* sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk menjadi sampel.

Penelitian ini menggunakan teknik sampling *probability* sampling. *Probability* sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang dapat memberikan harapan yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Adapun beberapa langkah-langkah dalam menentukan sampel dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi jumlah keseluruhan anggota populasi.
2. Menentukan jumlah sampel yang diinginkan.
3. Memisahkan populasi yang tidak homogen sesuai dengan karakteristik ke dala sub-sub populasi (strata).
4. Memilih sampel secara acak dari sub-sub populasi secara proposional.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Menurut sugiyono (2021:296) jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan penelitian dalam penelitian ini meliputi dua kegiatan, yaitu: penelitian lapangan dan penelitian keputusan dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan

Penelitian lapangan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data primer yaitu data yang diperoleh melalui beberapa kegiatan yang terdapat dibawah ini:

a. Observasi

Peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung pada PT.Tahu Tauhid Lembang. Menurut Sugiyono (2021:298) observasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan konsumen maupun pihak PT.Tahu Tauhid Lembang. Menurut Sugiyono (2021:304) menyatakan bahwa wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan fenomena atau permasalahan yang harus diteliti.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan suatu alat ukur yang dilakukan dengan cara membuat daftar pertanyaan yang kemudian akan dijawab langsung oleh responden. Menurut Sugiyono (2021:199) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

2. Penelitian Kepustakaan

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dengan mempelajari literatur atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi literatur adalah usaha untuk menggunakan informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan kaitannya dengan masalah dan variabel-variabel yang diteliti. Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu jurnal, internet dan buku-buku yang berkaitan dengan objek.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrument penelitian meliputi uji validitas dan reabilitas. 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 reabilitas 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

Uji validitas adalah suatu alat yang digunakan menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Menurut sugiyono (2021:175) “Pengujian validitas adalah suatu teknik untuk mengukur ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti”. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan pada tiap-tiap item, yaitu dengan mengkorelasi skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Koefisienn 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 kolerasi

x = Skor yang diperoleh subjek dari item

y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

n = Jumlah responden dalam uji instrument

$\sum X$ = Jumlah skor dalam kontribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam kontribusi 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 kontribusi Y

Data pengambilan keputusan:

1. Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Menurut Sugiyono (2021:180) menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrument valid adalah indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 keatas 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 pada tabel dengan 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 Reliabilitas

Uji reabilitas untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan digunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliable atau tidak. Menurut Sugiyono (2021:176) instrument yang reliable adalah instrument yang bila digunakan beberapa jika mengukur objek 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 split-half yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara skor total skor pada item pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus-rumus spearman brown. Berkenan dengan hal tersebut peneliti melampirkan rumus-rumus untuk pengujian reliabilitas sebagai berikut:

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokan dalam kelompok ganjil dan genap.
2. Skor 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 kolerasi *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 kuardan total skor belahan ganjil

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

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

4. Hitunglah angka reabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus kolerasi spearman Brown sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = Nilai realibilitas

rb = Kolerasi *pearson product moment* antar belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas realibilitas minimal 0,7 setelah mendapatkan nilai realibilitas instrument (rb hitung), kemudian nilai realibilitas instrument (rb hitung) tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata sehingga akan memunculkan keputusan sebagai berikut:

1. Jika $\geq r_{tabel}$, maka instrument atau pernyataan tersebut dinyatakan reliabel
2. Jika $\leq r_{tabel}$, maka instrument atau pernyataan tersebut dinyatakan tidak reliable

Berdasarkan pernyataan di atas setelah dinyatakan valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau realibilitas. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat ada tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistik, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan *reliable*.

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Metode analisis data merupakan suatu cara mengelompokan data berdasarkan variabel dan 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 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 suatu hubungan antara variabel melalui analisis kolerasi, melakukan prediksi, dengan analisis regresi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata sampel atau populasi (Sugiyono, 2021:207). Kebenaran hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul.

Berdasarkan pendapat yang telah dipaparkan dapat disimpulkan oleh peniliti yaitu analisis yang digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel produk dan harga terhadap variabel 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 (produk), variabel X_2

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

Tabel 3. 3
Alternatif Jawaban Skala Likert

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

Sumber: Sugiyono (2021:146)

Berdasarkan Tabel 3.3 Dapat diketahui bahwa pernyataan-pernyataan positif dan negative memiliki bobot nilai yang berbanding terbalik. Pada kuesioner penelitian ini peneliti akan menggunakan pernyataan positif sehingga jawaban sangat setuju memiliki nilai 5 (lima), yaitu 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 independen diatas maka 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. 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 dala menentukan kategori skala pada garis kontinum menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Setelah diketahui rata-rata maka hasil tersebut dimasukan kedalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden yang akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada tentang skor berikut:

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

Dimana:

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

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

Tabel 3. 4
Kategori skala

No	Interval	Kategori
1	1,00-1,80	Sangat Tidak Baik
2	1,81-2,60	Tidak Baik
3	2,61-3,40	Kurang Baik
4	3,42-4,20	Baik
5	4,21-5,00	Sangat Baik

Sumber: Sugiyono (2021)

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

Sangat tidak baik	Tidak baik	Kurang baik	Baik	Sangat Baik	
1.00	1.80	2.60	3.40	4.20	5.00

Sumber: Sugiyono (2021)

Gambar 3. 1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Metode verifikatif menurut sugiyono (2021:17) adalah penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Analisis verifikatif pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh produk (X_1), dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y). Untuk mengetahui pengaruh tersebut, maka peneliti menggunakan beberapa metode seperti *Method Successive Interval* (MSI), analisis

regresi linier berganda dan analisis kolerasi berganda. Berikut ini peneliti memamparkan beberapa metode yang digunakan dalam penelitian ini.

3.6.2.1 *Method Successive Interval (MSI)*

Method 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 informasi yang saling sederhana dengan menggunakan MSI (*Method Of Succesive Interval*). Dalam banyak prosedur statistik seperti regrersi, kolerasi *pearson*, uji r dan lainnya mengharuskan data bersekala interval. Oleh karena itu, jika kita hanya mempunyai data bersekala ordinal maka data tersebut harus diubah kedalam 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 disebut dengan proporsi.
4. Menentukan proposi kuantitatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.

5. Menghitung *scala value* (SV) untuk masing-masing responden dengan rumusan :

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

6. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan rumus dibawah ini:

$$y = sv + [k]$$

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

Pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan media komputerisasi yaitu menggunakan program IBM SPSS *for windows* untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal kearah interval.

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis regresi linier berganda digunakan peneliti untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut sugiyono (2021:213) menyatakan bahwa analisis regresi linier berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksi berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah, analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh secara simultan (bersama-sama) dua bebas atau lebih yang terdiri dari produk (X_1) dan harga (X_2) dengan variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y). Berikut ini merupakan persamaan dari regresi linier berganda yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Variabel terikat (keputusan pembelian)

a = Bilangan konstanta

b₁ = Koefisien regresi produk

b₂ = Koefisien regresi harga

X₁ = Variabel bebas (produk)

X₂ = Variabel bebas (harga)

e = Tingkat kesalahan (standar error)

3.6.2.3 Analisis Kolerasi Berganda

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

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

Keterangan:

R = Koefisien kolerasi berganda

JK (reg) = jumlah kuadrat regresi

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

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

Apabila $r = 1$, artinya terhadap hubungan antara variabel produk (X₁), harga (X₂) dan terhadap keputusan pembelian (Y).

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

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

Untuk mengetahui arti dari besarnya nilai koefisien kolerasi peneliti sajikan tabel mengenai taksiran besarnya koefisien kolerasi:

Tabel 3. 5
Taksiran Besarnya Koefisien Kolerasi

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 (2021:243)

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 produk (X_1) dan harga (X_2), terhadap keputusan pembelian (Y), secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk kolerasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternative (H_1).

3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat, untuk menguji kedua hipotesis ini digunakan uji statistik F. pengujian hipotesis menggunakan output SPSS, dengan kriteria pengujian hipotesis dengan tingkat signifikan (α) = 0,1 artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% ditentukan sebagai berikut:

Ho: $\beta_1, \beta_2 = 0$, artinya tidak dapat pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian

Ha: $\beta_1, \beta_2 \neq 0$, artinya terhadap pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian

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

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

Keterangan:

R^2 = Kuadrat koefisien kolerasi ganda

K = Banyaknya variabel bebas

N = Ukuran sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel

(n-k-1) = Derajat kebebasan

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

1. Apabila F hitung $>$ F tabel (α) = 0.1 maka Ho ditolak dan Ha diterima (signifikan).
2. Apabila F hitung $<$ F tabel (α) = 0.1 maka H0 diterima dan Ha ditoak (tidak signifikan).

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap dependen. Apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Uji

t digunakan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Hasil hipotesis parsial yang dikemukakan dapat menjabarkan sebagai berikut:

1. Produk terhadap keputusan pembelian
 - a. $H_0: \beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pembelian.
 - b. $H_1: \beta_2 \neq 0$, terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pembelian.
2. Harga terhadap keputusan pembelian
 - a. $H_0: \beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.
 - b. $H_1: \beta_2 \neq 0$, terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.

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

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

Keterangan:

t- hitung = Statistik uji kolerasi

n = Jumlah sampel

r = Nilai kolerasi parsial

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

1. Apabila $T \text{ hitung} > T \text{ tabel}$ ($\alpha = 0.1$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Apabila $T \text{ hitung} < T \text{ tabel}$ ($\alpha = 0.1$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.6.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya X₁ dan X₂ terhadap 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 X₁ (produk), X₂ (harga) dan (Y) terhadap (keputusan pembelian) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien kolerasi yaitu:

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

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

R = Koefisien kolerasi product moment

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

2. Analisis koefisien determinasi parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase X₁ (produk), X₂ (harga) dan (Y) terhadap (keputusan pembelian) secara parsial:

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

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

B = Nilai *standardized coefficients*

Zero order = Kolerasi variabel bebas terhadap varibael terikat

100% = Penagli 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

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

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di PT. Tahu Tauhid Lembang, Jl. Seskoua Jl. Maribaya No.20, Lembang, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40391. Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan mulai bulan April 2024 sampai selesai.