

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian merupakan alat yang digunakan dalam pencapaiannya untuk memecahkan masalah penelitian. Menurut Sugiyono (2021:2) metode penelitian merupakan proses kegiatan yang didalamnya berupa pengumpulan data, analisis dan memberikan pemahaman yang terkait dengan tujuan penelitian. Dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan memecahkan permasalahan yang diteliti sesuai dengan prosedur yang dipakai dalam penelitian.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan metode *survey*. Menurut Sugiyono (2021:57) pengertian metode survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan guna untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis pada sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan yang tidak mendalam.

Pendekatan penelitian yang dipakai adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2021:16) metode kuantitatif dapat diartikan metode penelitian yang berlandaskan dengan 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.

Penelitian yang akan digunakan adalah penelitian bersifat deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri (*independen*), baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain yang diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan. Sedangkan penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori, dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis, yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau tidak (Sugiyono, 2021:35).

Dalam penelitian ini metode deskriptif digunakan untuk menjawab rumusan masalah pada nomor satu hingga tiga yaitu Kualitas Produk (X_1), Bukti Fisik (X_2), Keputusan Pembelian (Y). Sedangkan metode verifikatif yang digunakan berguna untuk menjawab rumusan masalah pada nomor untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Kualitas Produk dan Bukti Fisik terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Burger Bangor Cabang Ujungberung secara parsial dan simultan.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam suatu penelitian terdapat variabel yang merupakan permasalahan dalam penelitian. Pengertian variabel penelitian menurut Sugiyono (2021:68) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dengan penelitian.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2021:67) 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.

Penelitian ini terdapat 3 variabel yaitu Kualitas Produk (X_1), Bukti Fisik (X_2) dan Keputusan Pembelian (Y). Definisi masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Kualitas Produk (X_1)

Menurut Shahrudin et al., (2021:44) kualitas produk dapat diartikan sebagai kemampuan atau kekuatan yang dimiliki oleh suatu produk dalam memenuhi dan melaksanakan fungsi-fungsinya yang telah ditetapkan, di mana produk tersebut harus dapat memberikan performa yang konsisten dan memuaskan sesuai dengan harapan serta kebutuhan konsumen, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan nilai dari produk tersebut di pasar, membangun kepercayaan pelanggan, dan menciptakan loyalitas jangka panjang terhadap merek produk tersebut.

2. Bukti Fisik (X_2)

Menurut Zeithaml dkk. (2018:283), bukti fisik adalah “*the environment in which the service is delivered and in which the firm and the customer interact, and any tangible commodities that facilitate performance or communication of the service*”.

3. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian menurut Kotler and Keller (2022:198) yang menyatakan

bahwa *“In purchasing decisions at the evaluation stage, consumers form preferences among the brands in their choice and can also form intentions to purchase the most preferred brand”*.

Setelah menjelaskan definisi-definisi yang telah dijabarkan sebelumnya, selanjutnya akan diuraikan proses operasionalisasi variabel dengan tujuan untuk menjelaskan lebih lanjut mengenai variabel-variabel yang terlibat dalam penelitian ini.

3.2.2 **Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Operasionalisasi variabel bertujuan memudahkan proses untuk mendapatkan dan mengelola data yang berasal dari responden. Selain itu operasionalisasi variabel berisi kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan variabel menjadi bagian-bagian kecil sehingga diketahui ukurannya. Operasionalisasi variabel sebagai upaya penelitian untuk menyusun secara rinci hal-hal yang meliputi nama variabel, konsep variabel, indikator, ukuran dan skala. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti yaitu Kualitas Produk variabel bebas pertama, Bukti Fisik sebagai variabel bebas kedua dan variabel Keputusan Pembelian sebagai variabel terikat.

Terdapat indikator-indikator yang akan diukur dengan skala. Data skala ordinal adalah data yang diperoleh dengan cara kategorisasi atau klasifikasi tetapi diantara data tersebut terdapat hubungan operasionalisasi variabel berisi kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan variabel-variabel yang menjadi bagian terkecil sehingga perlu diketahui klasifikasi ukurannya. Berikut operasionalisasi variabel

yang dapat dilihat pada tabel yang peneliti sajikan dihalaman selanjutnya sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Kualitas Produk (X₁) Kekuatan utama yang menentukan sejauh mana sebuah produk dapat menjalankan fungsinya dengan efektif dan efisien. Shaharudin et al., (2021:44)	Kesegaran	Cita Rasa produk yang baik	Tingkat cita rasa produk yang baik	Ordinal	1
		Kesegaran produk	Tingkat kesegaran produk	Ordinal	2
	Tampilan	Tampilan <i>plating</i> saat <i>dine in</i>	Tingkat tampilan <i>plating</i> saat <i>dine in</i>	Ordinal	3
		Tampilan bungkus makanan saat di <i>takeaway</i>	Tingkat tampilan bungkus makanan saat di <i>takeaway</i>	Ordinal	4
	Rasa	Rasa yang enak	Tingkat rasa yang enak	Ordinal	5
		Bahan baku yang segar	Tingkat kesegaran bahan baku	Ordinal	6
	Inovasi makanan	Jenis dan Keberagaman produk	Tingkat keberagaman produk	Ordinal	7
		Keistimewaan dan kelebihan produk	Tingkat keistimewaan dan kelebihan produk	Ordinal	8
Bukti Fisik (X₂) <i>the environment in which the service is delivered and in which the firm and the customer interact, and any tangible</i>	<i>Facility Exterior</i>	Area Bangunan	Penampilan bangunan	Ordinal	9
		Fasilitas Pendukung	Tingkat fasilitas (Parkir, Mushola, toilet)	Ordinal	10
	<i>Facilty Interior</i>	Pencahayaan ruangan yang terang	Tingkat pencahayaan ruangan yang terang	Ordinal	11
		Ruang Restoran yang luas	Tingkat keluasan ruangan restoran Burger Bangor	Ordinal	12

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<i>commodities that facilitate performance or communication of the service</i> Zeithaml (2018:283)	<i>Other Tangible</i>	Pakaian karyawan yang rapih dan bersih	Tingkat kerapihan dan kebersihan pakaian yang di pakai	Ordinal	13
		Dekorasi ruangan dan papan nama	Tingkat dekorasi ruangan dan papan nama jelas	Ordinal	14
Keputusan Pembelian (Y) <i>In purchasing decisions at the evaluation stage, consumers form preferences among the brands in their choice and can also form intentions to purchase the most preferred brand</i> Kotler & Keller (2022:198)	<i>Product Selecection</i>	Keputusan pembelian berdasarkan produk yang dibutuhkan	Tingkat pemilihan produk berdasarkan kebutuhan	Ordinal	15
	<i>Brand selection</i>	Pemilihan atas nama restoran	Tingkat pemilihan atas nama restoran	Ordinal	16
	<i>Selection of a dealer</i>	Keputusan pembelian berdasarkan lokasi	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan lokasi	Ordinal	17
	<i>Purchase time</i>	Siklus pembelian secara rutin	Tingkat pembelian secara rutin	Ordinal	18
	<i>Purchase amount</i>	Jumlah pembelian berdasarkan kebutuhan	Tingkat memutuskan jumlah pembelian berdasarkan kebutuhan	Ordinal	19
	<i>Payment method</i>	Mudah dalam membayar bisa melalui <i>cash</i> ataupun <i>cashless</i>	Tingkat kemudahan dalam membayar bisa melalui <i>cash</i> ataupun <i>cashless</i>	Ordinal	20

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2024

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling*

Setiap penelitian selalu membutuhkan objek atau subjek yang harus diteliti, sehingga permasalahan yang dapat terpecahkan. Populasi dalam konteks

penelitian berperan sebagai obyek yang diteliti, dan dengan menentukan populasi, penelitian dapat mengumpulkan dan mengolah data dengan lebih efisien, dengan menentukan populasi maka dapat dilakukan pengolahan data untuk mempermudah penelitian ada yang disebut dengan sampel. Pada sub bab ini akan menjelaskan mengenai populasi, sampel dan teknik sampling.

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2022:136) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik masing-masing yang telah ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah jumlah pengunjung di Burger Bangor cabang Ujungberung tahun 2023, sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Jumlah Pengunjung pada Burger Bangor Cabang Ujungberung Bandung Tahun 2023

No	Bulan	Jumlah Pengunjung (Orang)
1	Januari	1845
2	Februari	1696
3	Maret	1992
4	April	1680
5	Mei	1614
6	Juni	1491
7	Juli	1124
8	Agustus	1043
9	September	1021
10	Oktober	1097
11	November	1142
12	Desember	1125
Total		16.870

Sumber: Data Internal Burger Bangor Cabang Ujungberung

Berdasarkan Tabel 3.2 dapat diketahui bahwa populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Burger Bangor Cabang Ujungberung pada tahun 2023 yang berjumlah 16.870 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 dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi pada penelitian. Penentuan sampel dilakukan untuk mengurangi jumlah populasi yang akan diteliti dan tidak memungkinkan untuk melakukan penelitian secara menyeluruh. Sampel yang akan diambil dari populasi dapat ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin 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 268 orang. Maka dari data tersebut didapatkan ukuran sampel dengan menggunakan rumus berikut:

$$n = \frac{16.870}{1 + 16.870 (0.1)^2} = 99,41$$

$$n = 100$$

Berdasarkan perhitungan rumus pada halaman sebelumnya, dapat diketahui bahwa untuk ukuran sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Dimana untuk memudahkan perhitungan dengan tingkat kesalahan 10% atau tingkat keakuratan sebesar 90%. Uraian selanjutnya adalah mengenai teknik sampling sebagai berikut.

3.3.3 Teknik *Sampling*

Menurut Sugiyono (2021:139), Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Terdapat dua pendekatan dalam teknik *sampling* yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2021:131) *nonprobability sampling* adalah teknik *sampling* yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Nonprobability sampling terdiri dari *sampling* sistematis, kuota, insidental, jenuh, *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Pada penelitian ini peneliti menggunakan insidental. Menurut Sugiyono (2021:133) *sampling* insidental adalah

teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data. Dalam metode ini, peneliti memilih individu yang ditemui secara acak selama pengumpulan data, asalkan mereka dianggap relevan dan memenuhi kriteria yang diperlukan untuk penelitian tersebut.

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
3	Pekerjaan	1) Pelajar 2) Mahasiswa 3) Pegawai 4) Wirausaha 5) Lainnya
4	Pernah membeli produk pada Burger Bangor	1) Ya 2) Tidak
5	Pernah mengunjungi Burger Bangor cabang Ujung Berung	1) Ya 2) Tidak

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan. Teknik pengumpulan data yang ada di dalam pengumpulan data ini didapatkan dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2021:296) teknik pengumpulan data merupakan

langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data untuk diteliti lebih lanjut.

Menurut Sugiyono (2021:194) menyebutkan jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Sedangkan data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data sekunder didapatkan dari sumber yang dapat mendukung penelitian antara lain dari dokumentasi dan literatur. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Mengumpulkan data dengan melakukan survei lapangan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer, terdiri dari :

- a. Observasi

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

- b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam, (Sugiyono 2021:137).

c. Penyebaran Angket (*Kuesioner*)

Kuesioner akan diberikan kepada pengunjung Burger Bangor cabang Ujung Berung. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan dengan penelitian. Penyebaran kuesioner dapat melalui secara tertulis atau digital, dengan menyebarkan angket secara langsung kepada responden atau melalui Google Form yang disertai dengan alternatif jawaban yang telah disediakan. Menurut Sugiyono (2021:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk menggali data sekunder, yakni informasi yang bersifat teoritis dan berasal dari sumber-sumber kepustakaan. Data sekunder ini dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti literatur, buku, jurnal, internet, dan data perusahaan. Dengan memanfaatkan sumber-sumber tersebut, penelitian kepustakaan bertujuan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan memproses informasi yang telah ada untuk mendukung pemahaman terhadap topik penelitian tertentu.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas untuk menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan

terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat konsistensi pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau dengan kata lain sejauh mana pernyataan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan tersebut.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat untuk menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Menurut Sugiyono (2021:175) hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. 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. Pada penelitian ini menggunakan metode korelasi yang digunakan untuk menguji validitas dengan korelasi *pearson product moment* dengan rumus Sugiyono (2021:246) yaitu:

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

n = Jumlah responden dalam uji instrumen

$\sum x_i$ = Jumlah hasil pengamatan variabel x

$\sum y_i$ = Jumlah hasil pengamatan variabel y

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

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

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

Dasar pengambilan keputusan:

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

Sugiyono (2021:180) menyatakan bahwa syarat minimum untuk suatu butir instrumen atau pernyataan dianggap valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 ke atas. 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 (*Statiscal Product dan Service Solution*). Validitas suatu butir pernyataan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel dengan judul item Total Statistik. Menilai kevalidan masing-masing butir pernyataan dapat dilihat dari nilai *corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pernyataan.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan ukuran mana yang dapat dipercaya atau dengan kata lain menunjukkan ukuran mana yang harus dilakukan 2 (dua) kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Menurut Sugiyono (2021) Menyatakan bahwa uji realibilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan metode objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji realibilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan.

Untuk uji realibilitas digunakan 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*.

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 genap.
3. Korelasi skor kelompok ganjil dan kelompok genap perolehan dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{AB} = Keofisien korelasi *paerson product moment*

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

$\sum A^2$ = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

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

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

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus *spearman brown* menurut Sugiyono (2021:187) pada halaman berikutnya:

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

Keterangan:

r_i = Nilai reliabilitas internal seluruh instrumen

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

Setelah di dapat 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 *reliable* atau dapat dipercaya.

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Sugiyono (2021:206) menyatakan bahwa, metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data

setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan.

Analisis data dalam bentuk statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan *presentase*. Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya suatu hubungan antar variabel melalui analisis korelasi, melalui prediksi, dengan analisis regresi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata sampel atau populasi menurut Sugiyono (2021:207) kebenaran hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul.

Berdasarkan pendapat yang telah dipaparkan dapat disimpulkan analisis data yang digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *independent* = Kualitas Produk (X_1) Bukti Fisik (X_2), terhadap variabel *dependent* = Keputusan Pembelian (Y).

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri dari variabel penelitian dan digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner yang bertujuan untuk melihat sejauh mana tanggapan konsumen terhadap variabel Kualitas Produk (X_1) Bukti Fisik (X_2), terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) pada konsumen Burger

Bangor Cabang Ujungberung. 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 dengan variabel lain.

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Skala likert menurut Sugiyono (2021:146) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Setiap item dari kuesioner tersebut memiliki 5 (lima) jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda-beda. Setiap pilihan jawaban akan diberikan skor, maka responden harus menggambarkan dan mendukung pertanyaan (item positif hingga item negatif) skor tersebut berguna untuk mengetahui alternatif jawaban yang diperoleh oleh responden. Adanya skor ini dapat memberikan masing-masing jawaban pernyataan alternatif, berikut peneliti sajikan skala *likert* pada halaman berikutnya menurut Sugiyono (2021:147) sebagai berikut:

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 (2021:147)

Berdasarkan tabel 3.4 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 setuju memiliki nilai 1 (satu).

Pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan variabel dependen, independen dan inventering diatas dalam oprasionalisasi 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 di jumlahkan. Setelah setiap indikator memiliki 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 dimasukan ke dalam garis kontinum dengan kecendrungan jawaban responden akan disadarkan pada nilai rata-rata skor selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut:

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

Keterangan:

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

Rentang Skor = $\frac{5-1}{5} = 0,8$

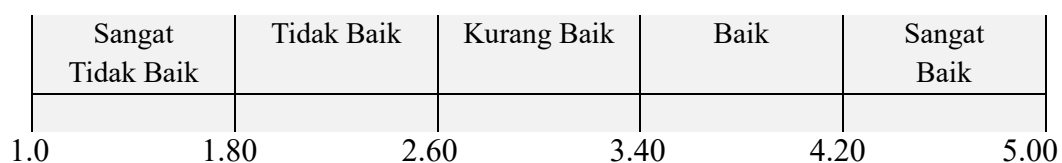
Berdasarkan hasil perhitungan sebelumnya, dapat diketahui kategori skala dengan 5 kategori yang peneliti sebagai berikut:

Tabel 3. 5
Kategori Interpretasi 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 (2021:148)

Setelah mengumpulkan dan menganalisis data, maka akan memperoleh nilai rata-rata jawaban dari responden terkait berbagai pertanyaan atau variabel yang diukur dalam penelitian. Nilai-nilai ini memberikan gambaran umum tentang persepsi atau tanggapan responden terhadap topik yang diteliti. Kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum. Garis kontinum disajikan sebagai berikut:



Sumber: Sugiyono (2021:148)

Gambar 3. 1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik sehingga menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Menurut Sugiyono (2021:65) menyatakan bahwa analisis verifikatif yaitu metode penelitian

yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak. Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Produk (X_1) dan Bukti Fisik (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode yang akan peneliti bahas pada sub bab berikut.

3.6.2.1 *Method of Succesive Interval (MSI)*

Metode ini merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu diubah menjadi interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan teknik MSI (*Method of Succesive Interval*).

Dalam prosedur statistik seperti korelasi, uji t dan lainnya 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 adalah 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 proposi.

4. Menentukan proposi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z.
6. Menghitung Scala Value (SV) untuk masing-masing responden dengan rumusan sebagai berikut:

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

Keterangan:

SV (*Scala Value*) = Rata-rata interval

Density at lower limit = Kepadatan batas bawah

Density at upper limit = Kepadatan batas atas

Area under upper limit = Daerah dibawah batas atas

Area under lower limit = Daerah dibawah batas bawah

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

$$y = sv + [k]$$

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

Pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan media komputerisasi yaitu menggunakan program SPSS *for windows* untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval. Kemudian selanjutnya peneliti akan menjelaskan mengenai metode yang peneliti akan gunakan selanjutnya pada penelitian ini.

3.6.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menyatakan hubungan fungsional antara *variable independent* dan *variable dependent*. Menurut Sugiyono (2021:210) menyatakan bahwa analisis regresi linier berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk (X_1), Bukti Fisik (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Persamaan regresi linier ganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

b_1b_2 = Koefisien regresi (Kualitas Produk & Bukti Fisik)

X_1 = Variabel bebas (Kualitas Produk)

X_2 = Variabel bebas (Bukti Fisik)

e = Tingkat kesalahan (*error them*) atau faktor gangguan lain yang mempengaruhi *purchase decision process* selain Kualitas Produk dan Bukti Fisik.

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel Kualitas Produk (X_1), dan Bukti Fisik (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Analisis ini bertujuan

untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain yakni variabel X terhadap variabel Y.

$$R_{xy} = \frac{JK(reg)}{\Sigma Y^2}$$

Keterangan:

R_{xy} = Koefisien korelasi berganda

JK (reg) = Jumlah kuadrat regresi

ΣY^2 = Jumlah kuadrat total korelasi

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

1. Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1, X_2 dan Y yang positif
2. Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1, X_2 dan Y yang negatif
3. Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi antara variabel X_1, X_2 dan Y

Besarnya koefisien korelasi berkisar antara +1 s/d -1. Koefisien korelasi menunjukkan kekuatan (*strength*) hubungan linear dan arah hubungan dua variabel acak. Pengaruh kuat atau tidaknya antar variabel maka dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. 6
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,200 – 0,399	Lemah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 0,999	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2021:248)

3.6.3 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis merupakan kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat dugaan sementara. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh Kualitas Produk (X_1), Bukti Fisik (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) baik secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk kolerasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1).

3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengajuan hipotesis dengan menggunakan uji simultan dengan F-tes ini bertujuan mengetahui pengaruh dan tingkan signifikan secara simultan atau keseluruhan pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu Kualitas Produk dan Bukti Fisik sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah Keputusan Pembelian dengan objek penelitiannya yaitu Burger Bangor cabang Ujung Berung. Hipotesis yang akan dikemukakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Membuat Formulasi Uji Hipotesis
 1. $H_0 \ b_1, b_2 = 0$: Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan Kualitas Produk dan Bukti Fisik terhadap Keputusan Pembelian
 2. $H_0 : b_1, b_2 \neq 0$: Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel Kualitas Produk dan Bukti Fisik terhadap Keputusan Pembelian

- b. Menentukan Tingkat Signifikan

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

- c. Menentukan nilai F_{hitung} untuk mengetahui apakah variabel-variabel koefisien korelasi signifikan atau tidak dengan rumus menurut Sugiyono (2021:257)

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

Keterangan :

F = Uji hipotesis simultan dengan uji F

r^2 = Kuadrat koefisien korelasi ganda

K = Banyaknya variabel bebas

n = Banyaknya sampel

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

- d. Perhitungan akan diperoleh distribusi F dengan pembilang K dan penyebut $dk (n-k-1)$ dengan ketentuan pada halamannya selanjutnya sebagai berikut:
1. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel} \rightarrow H_0$ ditolak dan sebaliknya H_a diterima (signifikan).
 2. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel} \rightarrow H_0$ diterima dan sebaliknya H_a ditolak (tidak signifikan).

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t atau uji parsial merupakan alat ukur atau statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial serta menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Dalam hal ini, variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk dan Bukti Fisik, sedangkan variabel dependennya adalah Keputusan Pembelian. Uji t ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Nilai t_{hitung} dapat dilihat dari hasil pengolahan data koefisien, dengan menggunakan SPSS. Kriteria pengujian

hipotesis dengan tingkat signifikan (α) = 0,1 yang artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan memiliki probabilitas 95% atau toleransi kesalahan sebesar 5%. Berikut hipotesis parsial dijelaskan ke dalam bentuk sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian
 - a) $H_0 : b_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.
 - b) $H_0 : b_1 \neq 0$, terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.
2. Pengaruh Bukti Fisik terhadap Keputusan Pembelian
 - a) $H_1 : b_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh Bukti Fisik terhadap Keputusan Pembelian.
 - b) $H_1 : b_2 \neq 0$, terdapat pengaruh Bukti Fisik Keputusan Pembelian.

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

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

Keterangan :

t = Statistik uji korelasi

r = Korelasi parsial

n = Jumlah sampel

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

1. Apabila $T_{hitung} > T_{tabel} (\alpha) = 0,1$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

2. Apabila $T_{hitung} < T_{tabel} (\alpha) = 0,1$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.6.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (Kd)

Koefisien determinasi dipakai untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh Kualitas Produk (X_1), Bukti Fisik (X_2), terhadap Keputusan Pembelian (Y). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus berikut:

1. Analisis koefisien determinasi berganda (simultan)

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase X_1 (Kualitas Produk), X_2 (Bukti Fisik), dan terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien kolerasinya pada halaman berikutnya yaitu:

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

Keterangan :

Kd = Nilai koefisien determinasi

R^2 = Koefisien korelasi *product moment*

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

2. Analisis koefisien determinasi parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh yang diberikan masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Pada halaman berikutnya merupakan rumus koefisien determinasi parsial sebagai berikut:

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

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

b = Nilai *standardized coefficients*

Zero order = Korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

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

3.7 Rancangan Kuesioner

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

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah Burger Bangor cabang Ujungberung Jl. A.H. Nasution No.312, Cisaranten Bina Harapan, Kec. Arcamanik, Kota Bandung, Jawa Barat 40294 Adapun waktu penelitian ini terhitung mulai dari bulan Mei 2024 sampai September 2024.