

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penggunaan metode penelitian sangat penting dalam sebuah penelitian. Penggunaan metode ini untuk menguji kebenaran, menentukan data penilaian, menemukan data mengembangkan sebuah pengetahuan serta mengkaji kebenaran suatu pengetahuan sehingga memperoleh hasil yang diharapkan. Menurut Sugiyono (2022:1) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal sehingga terjangkau oleh penalaran manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.

Berdasarkan pendapat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh melalui penelitian ini adalah data rasional, empiris dan sistematis yang mempunyai kriteria tertentu yaitu valid. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Data yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi suatu masalah. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Metode penelitian deskriptif mempunyai tujuan untuk membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis antara fenomena yang diselidiki.

Menurut Sugiyono (2022:35) metode deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang berkenaan dengan pernyataan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel itu sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel dengan variabel lain. Kemudian penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2022:36) adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori, dan penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Definisi Variabel dan Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2022:55) variabel dapat didefinisikan sebagai atribut atau sifat seseorang, atau objek, yang mempengaruhi “variasi” tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dapat berupa karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek penelitian yang dapat diukur atau diobservasi. Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum memulai pengumpulan data oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut. Berdasarkan judul penelitian yang diambil yaitu pengaruh harga dan kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian Rawtype Riot, masing-masing variabel didefinisikan dan dibuat operasionalisasi variabel. Variabel-variabel itu berdasarkan dimensi, indikator, ukuran, dan skala pengukuran.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2022:54-55) mengemukakan bahwa “variabel” penelitian adalah suatu atribut atau sifat seseorang atau objek yang mempunyai “variasi” tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel tersebut merupakan variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian adalah Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2). Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Proses Keputusan Pembelian (Y). Berikut ini adalah definisi variabel penelitiannya sebagai berikut:

1. Harga (X_1)

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

2. Kualitas Produk (X_2)

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

3. Proses Keputusan Pembelian (Y)

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

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel digunakan untuk memberikan gambaran penelitian. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang akan diteliti, yaitu harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) sebagai variabel bebas, serta proses keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat. Berikut ini disajikan menggunakan tabel operasional variabel penelitian mengenai konsep dan indikator variabel di Rawtype Riot penelitiannya dapat dibuat seperti Tabel 3.1 dibawah ini:

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Harga (X_1) Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Tjiptono (2019:210)	1. Keterjangkauan harga	a. Harga yang ditawarkan terjangkau	a. Tingkat keterjangkauan harga produk	Ordinal	1
		b. Kemampuan dalam membeli produk	b. Tingkat kemampuan konsumen dalam membeli produk	Ordinal	2
	2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	a. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk	Ordinal	3
		b. Harga sesuai dengan hasil yang diinginkan konsumen	Tingkat kesesuaian harga dengan hasil yang diinginkan konsumen	Ordinal	4
	3. Kesesuaian harga dengan manfaat	a. Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan	Ordinal	5
		b. Harga sesuai dengan manfaat yang dibutuhkan	Tingkat harga yang ditawarkan memiliki manfaat yang sesuai dengan kebutuhan	Ordinal	6
	4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	a. Pemberian potongan harga	Tingkat pemberian potongan harga	Ordinal	7
		b. Harga terjangkau dibandingkan pesaing	b. Tingkat perbandingan harga dengan harga produk pesaing	Ordinal	8

Tabel Lanjutan 3.1

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Kualitas Produk (X₂) <i>Product quality can be defined as the ability of a product or service to meet or exceed consumer expectations.</i> Kotler et.al (2022:188)	1. <i>Features</i>	Jenis dan Keragaman produk	Tingkat banyaknya keragaman produk	Ordinal	9
		Keistimewaan dan kelebihan produk	Tingkat Keistimewaan produk	Ordinal	10
	2. <i>Performance Quality</i>	Kegunaan dalam memakai produk	Tingkat kualitas keamanan produk	Ordinal	11
		Kenyamanan dalam memakai produk	Tingkat kenyamanan dalam memakai produk	Ordinal	12
	3. <i>Conformance Quality</i>	Kesesuaian ukuran standar produk	Tingkat kesesuaian ukuran standar produk	Ordinal	13
		Kesesuaian warna produk	Tingkat kesesuaian warna produk	Ordinal	14
	4. <i>Durability</i>	Daya tahan produk dalam jangka panjang	Tingkat daya tahan produk dalam jangka panjang	Ordinal	15
		Daya tahan produk dalam Jangka pendek	Tingkat daya tahan produk dalam jangka pendek	Ordinal	16
	5. <i>Reliability</i>	Bahan baku yang berkualitas	Tingkat kualitas bahan baku produk	Ordinal	17
		Keindahan tampilan dan desain	Tingkat keindahan dari tampilan dan desain produk	Ordinal	18
	6. <i>Form</i>	Kesesuaian tampilan produk	Tingkat kesesuaian tampilan produk	Ordinal	19
		Kesesuaian bentuk dan ukuran	Tingkat kesesuaian bentuk dan ukuran	Ordinal	20

Tabel Lanjutan 3.1

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Proses Keputusan Pembelian (Y) <i>Buying decision process is stages what's process taking decision by buyer that consist of five stage: need recognition, informastion search, evaluation of alternatives, the purchase decision and postpurchase behaviour.</i> Kotler & Armstrong (2018:175)	1. Pengenalan Kebutuhan (<i>Need Recognition</i>)	Membutuhkan akan pakaian	Tingkat kebutuhan akan pakaian	Ordinal	21
	2. Pencarian Informasi (<i>Information Search</i>)	Iklan media sosial, dan <i>e-commerce</i>	Tingkat kesesuaian sumber informasi	Ordinal	22
	3. Evaluasi Alternatif (<i>Evaluation of Alternatives</i>)	Kesesuaian produk dengan harapan konsumen	Tingkat kesesuaian produk	Ordinal	23
	4. Keputusan Pembelian (<i>Purchase Decision</i>)	Memilih merek yang dipilih	Tingkat memilih merek yang dipilih kesesuaian	Ordinal	24
	5. Perilaku pasca Pembelian (<i>Post-Purchase Behavior</i>)	a. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap produk	Tingkat kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap produk	Ordinal	25
		b. Konsumen berencana untuk melakukan pembelian ulang produk	Tingkat rencana untuk melakukan pembelian kembali produk	Ordinal	26

Sumber: Hasil olah data oleh peneliti, 2024

3.3 Populasi dan Sampel

Dalam setiap penelitian membutuhkan metode yang tepat dan harus memiliki objek atau subjek yang jelas untuk diteliti dan dapat membantu peneliti dalam melakukan pengolahan data untuk memecahkan suatu masalah dalam penelitian. Untuk mempermudah penelitian ada yang disebut sampel, yaitu bagian dari populasi. Populasi digunakan untuk mengetahui suatu wilayah yang di dalamnya ada bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam sub bab ini, peneliti akan menjelaskan mengenai pengertian populasi dan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini.

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2022:80) Populasi adalah kumpulan data dengan karakteristik serupa yang menjadi objek referensi. Statistika inferensi mendasarkan diri pada dua konsep dasar: populasi (seluruh data, baik nyata maupun imajiner) dan sampel (bagian dari populasi yang digunakan untuk menggambarkan populasi asalnya). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di Rawtype Riot tahun 2023, yang akan penulis sajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. 2
Data Jumlah Konsumen *Clothing* Rawtype Riot Bandung Tahun 2023

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

Sumber: Data internal Rawtype Riot, 2024

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

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2022:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan sumber daya, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Dalam penelitian ini, tidak semua populasi dijadikan sampel karena keterbatasan waktu dan biaya, peneliti menentukan jumlah sampel berdasarkan rumus slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e² = Tingkat Kesalahan (10%)

Pada penelitian ini jumlah rata-rata konsumen sebanyak 244 konsumen pada Rawtype Riot, dengan tingkat kesalahan yang ditentukan peneliti sebesar 10% (0,1) maka sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut yaitu sebesar:

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

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus *slovin* diatas maka dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 70,9 atau dapat dibulatkan menjadi 71 konsumen karyawan di Rawtype Riot dengan tingkat kesalahan 0,1%.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan Sugiyono (2022:81). Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling* (Sugiyono, 2022:80).

1. Probability Sampling

Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk membuat generalisasi atau kesimpulan tentang populasi dari sampel yang diambil, karena sampel yang dihasilkan cenderung representatif terhadap populasi. Berikut ini adalah jenis-jenis dari *probability sampling* (Sugiyono, 2022:81).

a. Simple Random Sampling

Simple Random Sampling adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

b. Proportionate Stratified Random Sampling

Proportionate stratified random sampling adalah teknik sampling yang digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan ber-strata secara proporsional.

c. Disproportionate Stratified Random Sampling

Disproportionate stratified random sampling adalah teknik sampling yang digunakan bila populasi berstrata tetapi kurang proporsional.

d. Cluster Random Sampling

Cluster random sampling merupakan teknik sampling daerah yang digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang akan diteliti sangat luas, misalnya penduduk dari suatu negara, provinsi atau kabupaten.

2. Non-probability sampling

Non-probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Berikut ini adalah jenis-jenis dari *non-probability* sampling (Sugiyono, 2022:82).

a. Systematic Sampling

Systematic sampling adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari angka populasi yang telah diberi nomor urut.

b. Quota Sampling

Quota sampling adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan.

c. Incidental Sampling

Incidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.

d. Purposive sampling

Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

e. Sampling Jenuh

Sampling jenuh adalah teknik penentuan sample apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

f. Snowball sampling

Snowball sampling adalah teknik sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel Sugiyono (2022:84). Teknik *non probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *incidental sampling*.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian, teknik pengumpulan data dan instrument pengumpulan data merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya dan apa alat yang digunakan. Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Metode menunjukan suatu cara sehingga dapat diperlihatkan penggunaannya melalui angket, wawancara, pengamatan, tes, dokumentasi dan sebagainya. Sedangkan instrument pengumpulan data merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data, karena berupa alat maka

instrument dapat berupa lembar cek list, kuesioner (angket terbuka atau tertutup), jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Berikut merupakan data primer dan data sekunder yang diperoleh peneliti sebagai berikut:

1. Data Primer

Pengumpulan data primer dilakukan dengan melakukan pengamatan atau survei langsung pada Rawtype Riot sebagai objek penelitian. Tujuan penelitian lapangan ini adalah untuk memperoleh data yang akurat. Adapun data yang diperoleh meliputi :

a. Wawancara

Yaitu suatu bentuk komunikasi secara lisan yang bertujuan untuk memperoleh informasi atau data tentang keadaan perusahaan. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah karyawan Rawtype Riot.

b. Observasi

Yaitu teknik pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung fenomena, perilaku, atau situasi tanpa melakukan intervensi terhadap subjek yang diamati di lokasi penelitian yaitu pada Rawtype Riot.

c. Kuesioner atau Pernyataan (Flyer)

Yaitu dengan cara membuat daftar pernyataan yang kemudian disebarakan kepada para responden secara langsung (*offline*) menggunakan flyer sehingga hasil pengisiannya akan lebih jelas dan akurat.

2. Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder merupakan data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang diperoleh dari :

- a. Sejarah, literature dan profil Rawtype Riot.
- b. Buku-buku yang berhubungan dengan variabel penelitian yaitu Harga dan Kualitas Produk terhadap Proses Keputusan Pembelian.
- c. Jurnal dan hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan topik permasalahan yang diteliti.
- d. Studi kepustakaan yaitu pengumpulan data dengan cara mengkaji dan menelaah berbagai bahan bacaan dan literature yang erat hubungannya dengan penelitian.
- e. Internet dengan cara mencari data-data yang berhubungan dengan topik penelitian yaitu pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Proses Keputusan Pembelian.

3.5 Uji Instrumen

Instrumen penelitian adalah alat untuk mengukur nilai variabel yang diteliti guna memperoleh data pendukung dalam melakukan suatu penelitian. Uji ini bertujuan mengecek apakah instrumen tersebut mampu mengukur apa yang seharusnya diukur (validitas) dan konsisten memberikan hasil yang sama dalam kondisi yang sama (reliabilitas). Uji instrumen penting agar hasil penelitian akurat dan dapat dipercaya. Jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian tergantung pada jumlah variabel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini ada dua uji instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, adalah sebagai berikut:

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti, menurut Sugiyono (2022:125). Untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Validitas memastikan bahwa hasil pengukuran yang diperoleh relevan dan akurat dalam konteks tujuan penelitian atau evaluasi. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Syarat tersebut menurut Sugiyono (2022:133) yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut :

- a. Jika $r \geq 0,3$ maka item-item tersebut dinyatakan valid.
- b. Jika $r \leq 0,3$ maka item-item tersebut dinyatakan tidak valid.

Dalam mencari korelasi peneliti menggunakan rumus *Pearson Product Moment* menurut Sugiyono, (2022:183), dengan rumus 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 *r product moment*

r : Koefisien validitas item yang dicari

X : Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

n : Jumlah responden

$\sum X$: Jumlah hasil pengamatan variabel X

$\sum Y$: Jumlah hasil pengamatan variabel Y

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

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat pada masing- masing skor Y

Dasar mengambil keputusan :

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

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dapat dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi uji validitas dan tidak memenuhi, maka tidak perlu diteruskan untuk di uji reliabilitas. Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi data dalam interval waktu tertentu.

Untuk menguji reliabilitas peneliti ini menggunakan metode *Cronbach alpha*. *Cronbach alpha* adalah patokan yang digunakan untuk mendeskripsikan korelasi atau hubungan antara skala yang dibuat dengan semua skala variabel yang ada. sehingga setiap skor item nya dijumlahkan akan menghasilkan skor total. Jika korelasi nilai *Cronbach Alpha* yang dihasilkan sama dengan (r_{tabel}) atau lebih dari 0,7 maka dapat dinyatakan memberikan hasil reliabel yang cukup, tetapi sebaliknya jika hasil korelasi dibawah (r_{tabel}), maka dapat dinyatakan hasil kurang reliabel. Instrumen yang telah digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2022:173). Rumus dari uji reliabilitas sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Koefisien reliabilitas alpha

k = Jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma_i^2$ = Jumlah varians butir

σ_t^2 = Varians total

a. : Bila $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan reliabel.

b. : Bila $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan 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 *relative* sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien lebih besar dari 0,70 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan penyederhanaan dari data yang telah terkumpul kedalam bentuk yang mudah untuk diinterpretasikan oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2022:147) menyatakan analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Pengolahan data dilakukan dengan cara data yang telah dikumpulkan, diolah, dan disajikan dalam bentuk tabel. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel seluruh responden, menyajikan data setiap variabel, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penyebaran kuesioner untuk melakukan pengumpulan data yang dibutuhkan dan setiap jawaban yang diberikan oleh responden diberikan nilai dengan skala *likert*. Sugiyono (2022:93) menyatakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Berdasarkan pendapat di atas maka dapat disimpulkan analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang dianjurkan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel *independent* (X_1 = harga dan X_2 = kualitas produk) terhadap variabel *dependent* Y = proses keputusan pembelian) di Rawtype Riot.

3.6.1 Teknik Metode Analisis

Kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menstabilisasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk mengkaji hipotesis yang telah diajukan. Berdasarkan jawaban responden yang ditabulasi dalam bentuk kuantitatif, maka dalam penelitian ini menggunakan perhitungan statistik inferensial. Teknik ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola, hubungan, dan makna dari data tersebut sehingga dapat diambil kesimpulan yang valid dan relevan dengan tujuan penelitian. Pada statistik inferensial data dapat dibedakan menjadi statistik parametris dan non parametris. Statistik parametris digunakan untuk menganalisis data interval. Sedangkan statistik non parametris untuk menganalisis data normal (Sugiyono, 2022:147).

3.6.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis metode penelitian yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Metode yang digunakan adalah sebagai berikut: hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan (kuesioner/angket). Dimana Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Proses Keputusan Pembelian (Y) setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot/nilai yang berbeda. Setiap pilihan jawaban diberi poin, dan responden kemudian harus menjelaskan, apakah mendukung pertanyaan (item positif) atau tidak mendukung pernyataan (item negatif). Skor pilihan jawaban untuk kuesioner pertanyaan positif dan negatif yang diajukan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Skala Likert

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

Sumber: Sugiyono (2022:94)

Berdasarkan Tabel 3.3 dapat dilihat alternatif jawaban dan bobot nilai untuk setiap instrumen pada kuesioner. Dalam bobot ini untuk dapat memudahkan responden untuk dapat menjawab pertanyaan dalam bentuk kuesioner yang diajukan. Dalam analisis ini juga dapat menggambarkan jawaban-jawaban

responden dari kuesioner yang telah diajukan oleh peneliti. Di bagian ini menganalisa data yang telah didasari pada jawaban responden yang dihimpun berdasarkan kuesioner yang telah di isi oleh responden selama penelitian berlangsung.

Peneliti menggunakan analisis deskriptif dalam variabel *independent* atau variabel bebas dan variabel *dependent* atau variabel terikat yang akan dilakukan klarifikasi terhadap jumlah skor responden. Untuk menetapkan skor rata-rata jumlah kuesioner dibagi jumlah pernyataan dikaitkan dengan jumlah responden. Berikut rumus hitungnya :

$$\Sigma p = \frac{\Sigma \text{jawabam kuesioner}}{\Sigma \text{pertanyaan} \times \Sigma \text{responden}} = \text{skor rata - rata}$$

Setelah mengetahui skor rata-rata, maka hasil dalam kuesioner tersebut dimasukan kedalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden yang didasari pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan dengan rentang skor sebagai berikut :

$$(\text{Nilai jenjang interval}) = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pertanyaan}}$$

Setelah nilai rata-rata maka jawaban telah diketahui kemudian hasil tersebut di interpretasikan dengan alat bantu Tabel kontinum, yaitu sebagai berikut:

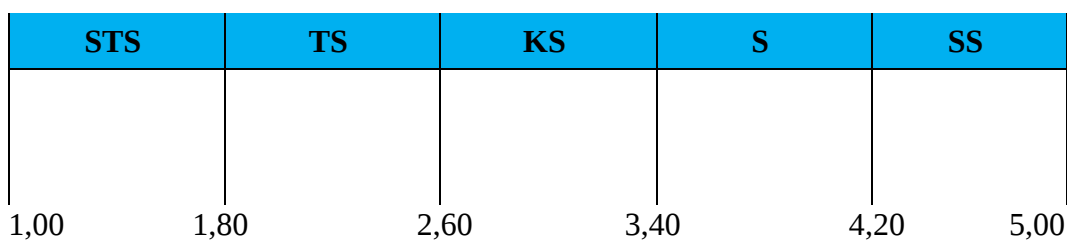
- a. Indeks Minimum: 1
- b. Indeks Maksimum: 5
- c. Interval: $5-1 = 4$
- d. Jarak Interval: $(5-1): 5 = 0,8$

Tabel 3. 4
Tafsiran Nilai Rata-Rata

Skala	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik/Sangat Rendah
1,81 – 2,60	Tidak Baik/Rendah
2,61 – 3,40	Kurang Baik/Sedang
3,41 – 4,20	Baik/Tinggi
4,21 – 5,00	Sangat Baik/Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono (2022:134)

Tafsiran nilai rata-rata tersebut dapat diidentifikasi ke dalam garis kontinum. Berikut adalah garis kontinum yang digunakan untuk memudahkan peneliti melihat kategori penilaian mengenai variabel yang diteliti:



Sumber: Sugiyono (2022:160)

Gambar 3. 1
Garis Kontinum

Setiap kategori skala yang diidentifikasi didasarkan pada prinsip karakteristik tertentu yang telah ditetapkan. Dengan demikian, kita bisa menyusun kategori skala berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Langkah-langkah untuk menentukan kategori skala ini akan dijelaskan dalam poin-poin berikut:

- Jika memiliki kesesuaian 1,00 – 1,80: Sangat tidak baik
- Jika memiliki kesesuaian 1,81 – 2,60: Tidak baik
- Jika memiliki kesesuaian 2,61 – 3,40: Kurang baik
- Jika memiliki kesesuaian 3,41 – 4,20: Baik
- Jika memiliki kesesuaian 4,21 – 5,00: Sangat baik

3.6.3 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan penelitian akan menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak (Sugiyono, 2022:54). Dalam penelitian ini untuk mengetahui hasil yang berkaitan, dengan harga(X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap proses keputusan pembelian (Y) menggunakan analisis verifikatif dapat menggunakan metode seperti berikut ini:

3.6.3.1 *Method of Successive Interval (MSI)*

Method of successive interval merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu ditransformasi menjadi interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan teknik MSI (*Method of Successive Internal*). Dalam banyak prosedur statistik seperti regresi, korelasi person, uji t dan lain sebagainya mengharuskan data berskala interval. Oleh karena itu, jika hanya mempunyai data berskala ordinal maka data tersebut harus diubah ke dalam 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 proposi.
4. Menentukan proposi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan table distribusi normal standar tentukan nilai Z.
6. Menghitung *Scale Value (SV)* untuk masing-masing responden dengan rumusan berikut:

$$SV = \frac{\text{Density of lower limit} - \text{density of upper limit}}{\text{area under upper limit} - \text{area under lower limit}}$$

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

$$\begin{aligned} y &= sv + [k] k \\ &= 1[sv \text{ min}] \end{aligned}$$

Untuk memudahkan dan mempercepat proses perubahan data dari skala ordinal ke dalam skala interval, maka peneliti menggunakan media komputerisasi dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

3.6.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel *independent* (X_1, X_2) dengan variabel *dependent* (Y). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent* apakah masing-masing variabel *independent* berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel *dependent* dan untuk memprediksi nilai dari variabel *dependent* apabila nilai variabel *independent* mengalami kenaikan atau perubahan. Dikatakan regresi linier berganda, karena jumlah variabel *independent* sebagai prediktor lebih dari satu,

analisis regresi linier berganda merupakan metode statistik yang paling jamak dipergunakan dalam penelitian- penelitian sosial, terutama penelitian ekonomi.

Adapun persamaan regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

Y : Variabel terikat (proses keputusan pembelian)

α : Bilangan konstanta

β_1, β_2 : Koefisien regresi harga dan kualitas produk

X_1 : Variabel bebas (harga)

X_2 : Variabel bebas (kualitas produk)

ϵ : Epsilon

3.6.3.4 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda adalah analisis yang digunakan untuk mendapatkan derajat atau energi hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Teknik ini bertujuan untuk melihat seberapa kuat hubungan antara variabel-variabel bebas dengan variabel terikat dan seberapa besar kontribusi masing-masing variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Koefisien korelasi yaitu merupakan besar kecilnya hubungan antara dua variabel dengan pernyataan dalam bilangan yang disebut dengan koefisien korelasi. Berikut rumus korelasi berganda:

$$R = \frac{JK_{\text{regresi}}}{\sum Y^2}$$

Keterangan :

R : Koefisien korelasi berganda

JK_{regresi} : Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat total korelasi

Apabila $r = 1$ artinya terdapat hubungan antara variabel X_1 , X_2 , dan Y

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

Apabila $r = 0$ artinya tidak terdapat hubungan korelasi

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

Tabel 3. 5
Tafsiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Lemah
0,200 – 0,399	Lemah
0,400 – 0,599	Kurang Kuat
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 0,999	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2022:184)

Koefisien korelasi adalah ukuran yang menunjukkan seberapa kuat dan searah hubungan antara dua variabel. Ketika data terkumpul, kemudian dapat diaplikasikan pada pengolahan data, disajikan dalam bentuk gambar dan analisis, peneliti menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap hasil rata-rata jawaban responden atau data rekapitulasi yang kemudian disusun kriteria penilaian.

3.6.3.4 Koefisien Determinasi (Kd)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap proses keputusan pembelian (Y). Dengan cara analisis koefisien determinasi berganda atau simultan dan analisis determinasi parsial dengan rumus sebagai berikut :

1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu :

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

Keterangan :

Kd : Nilai koefisien determinasi

R^2 : Koefisien korelasi *product moment*

100% : Pengali yang menyatakan dalam presentase

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

- a. Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
- b. Jika Kd mendekati angka satu (1), berarti pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variabel Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap variabel Proses Keputusan Pembelian (Y), secara parsial :

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

Keterangan :

β : Beta (nilai *standarlized coefficients*)

Zero Order : Matrik Korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila:

Kd : 0, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, lemah

Kd : 1, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat

3.7 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah metode statistik yang digunakan untuk menentukan apakah ada cukup bukti dalam data sampel untuk mendukung suatu hipotesis tentang populasi. Proses ini membantu dalam membuat keputusan berbasis data dan menentukan apakah temuan penelitian dapat dianggap signifikan secara statistik. Uji hipotesis dilakukan peneliti untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Proses Keputusan Pembelian. Uji Hipotesis untuk dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1).

3.7.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel *independent* secara simultan terhadap variabel *dependent*. Uji F dilaksanakan dengan langkah membandingkan dari F_{hitung} dengan F_{tabel} . Menentukan taraf nyata (signifikan) yang digunakan yaitu $\alpha = 0,050$. Selanjutnya hipotesis F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (Berpengaruh).
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (Tidak Berpengaruh).

3.7.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel *independent* secara parsial terhadap variabel *dependent*. Uji t dilaksanakan dengan membandingkan nilai T_{hitung} dengan nilai T_{tabel} . Taraf nyata yang digunakan adalah $\alpha = 0,050$ nilai T_{hitung} dibandingkan dengan T_{tabel} dan ketentuan sebagai berikut:

Jika nilai T_{hitung} positif (+)

- a. Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (Berpengaruh).
- b. Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (Tidak Berpengaruh).

Jika nilai T_{hitung} negatif (-)

- a. Jika $-T_{hitung} < -T_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (Berpengaruh).
- b. Jika $-T_{hitung} > -T_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (Tidak Berpengaruh).

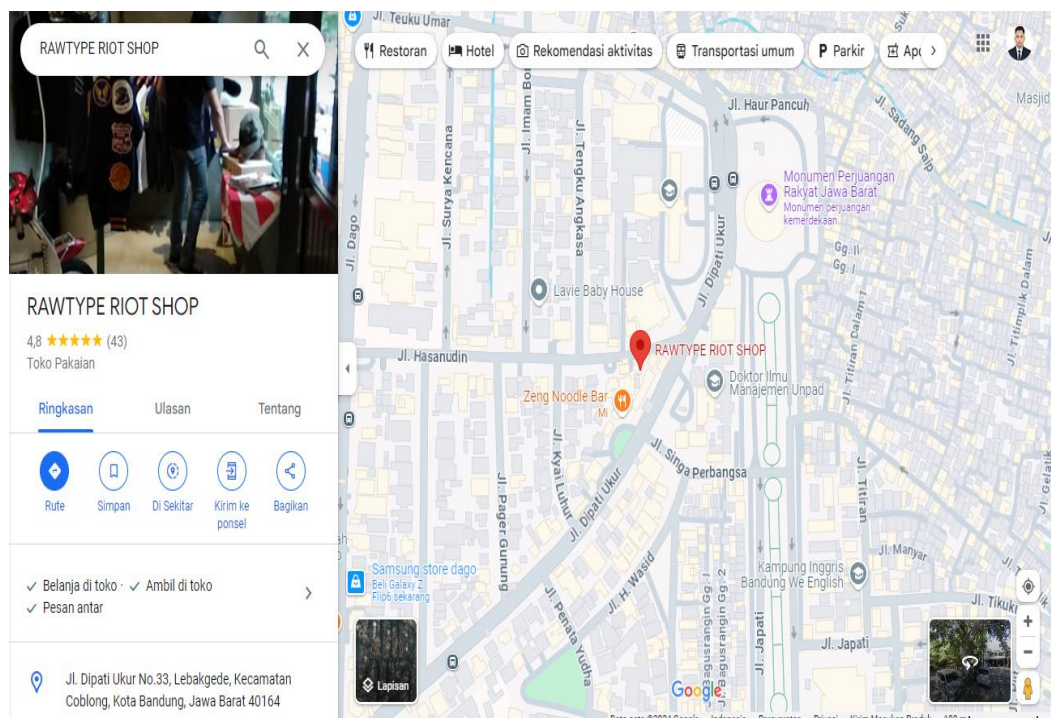
3.8 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan instrument pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan dalam bentuk pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan untuk mengetahui variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal penting. Kuesioner ini berisi pertanyaan mengenai variabel harga, kualitas produk dan proses keputusan pembelian. skala pengukuran yang digunakan yaitu skala *likert*, dimana setiap jawaban akan diberikan skor dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Sangat setuju (SS) diberi skor 5
- b. Setuju (S) diberi skor 4
- c. Kurang setuju (KS) diberi skor 3
- d. Tidak setuju (TS) diberi skor 2
- e. Sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1

3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian yang dilaksanakan di Rawtype Riot yang Terletak di Jl. Dipati Ukur No.33, Lebak gede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40164. Penelitian meliputi penelitian pendahuluan, penyusunan proposal penelitian, seminar draft skripsi, sampai dengan seminar hasil penelitian. Waktu pelaksanaan penelitian ini dimulai dari Oktober 2024 s/d selesai.



Sumber: (Google.co.id, 2024)

Gambar 3. 2
Lokasi Rawtype Riot Bandung