

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Proses sistematis yang diambil oleh peneliti untuk mengumpulkan data atau informasi untuk tujuan tertentu dikenal sebagai metode penelitian. Metode ini mencakup berbagai pendekatan ilmiah yang digunakan untuk menemukan atau memperoleh data yang relevan. Menurut Sugiyono (2022:2) metode penelitian adalah langkah-langkah sistematis yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi atau data dengan tujuan tertentu. Tujuan adanya metode penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran kepada peneliti tentang bagaimana penelitian dilakukan, sehingga permasalahan dapat diselesaikan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif.

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian ini didasarkan pada filsafat positivisme dan ditujukan untuk menganalisis populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data dilakukan secara kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan Sugiyono (2022:8).

3.1.1 Metode Penelitian Deskriptif

Menurut Sugiyono (2022:147) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain yang

diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan. Melalui metode penelitian deskriptif ini maka dapat diperoleh dari rumusan masalah pertama mengenai Kualitas Produk (X_1), *Store Atmosphere* (X_2), Keputusan Pembelian (Y).

3.1.2 Metode Penelitian Verifikatif

Penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2022:8) adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Metode verifikatif yang akan di gunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengkaji bagaimana pengaruh Kualitas Produk dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bakso Boedjangan di Mekarwangi Bandung.

3.1.3 Devinisi Survei

Menurut Sugiyono (2022:11), survei merupakan metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh data dari tempat tertentu yang bersifat alamiah (bukan buatan), dengan cara menyebarkan kuesioner, melakukan wawancara, ataupun melalui observasi langsung. Metode ini, peneliti tidak memberikan perlakuan khusus terhadap objek yang diteliti, melainkan hanya berperan sebagai pengumpul data sebagaimana kondisi nyata di lapangan, hal ini menjadikan metode survei sebagai pendekatan yang efektif untuk mengetahui fakta empiris berdasarkan situasi yang benar-benar terjadi.

Berdasarkan definisi tersebut, dapat dipahami bahwa survei merupakan metode yang relevan untuk digunakan dalam penelitian ini. Alasan utamanya adalah karena peneliti ingin mengetahui tanggapan konsumen terhadap kualitas

produk dan *store atmosphere* yang ditawarkan oleh Bakso Boedjangan, serta bagaimana kedua variabel tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Proses pengumpulan data dilakukan secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen yang telah melakukan pembelian. Metode survei ini, dengan demikian memungkinkan peneliti memperoleh informasi faktual dan terukur yang dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah serta menguji hipotesis penelitian.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Variabel dapat diartikan sebagai penjelasan mengenai arti dan makna batasan yang menentukan ruang lingkup penelitian yang akan dilakukan. Konteks penelitian, variabel adalah atribut, karakteristik, atau nilai yang dimiliki oleh individu, objek, atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu, yang ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis dan diambil kesimpulannya. Adapun menurut Sugiyono (2022:38) operasionalisasi variabel merupakan salah satu bagian dalam penelitian yang memegang peranan penting dan memiliki keterkaitan dengan variabel-variabel yang tertera pada judul dalam penelitian. Operasional variabel diperlukan untuk mengubah masalah yang diteliti ke dalam bentuk variabel, kemudian untuk menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Suatu penelitian haruslah menetapkan beberapa variabel dengan jelas sebelum memulai pengumpulan data. Sugiyono (2022:39) menjelaskan bahwa variabel penelitian merupakan atribut, karakteristik, atau nilai yang dimiliki oleh individu, objek, atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu, yang ditentukan oleh

peneliti untuk dianalisis dan diambil kesimpulannya. Penelitian ini memiliki tiga jenis variabel, yaitu variabel bebas (*independent variable*), variabel terikat (*dependent variable*), dan variabel intervening. Penelitian ini akan mengkaji tiga variabel yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Kualitas Produk (X_1)

Kualitas produk menurut Kotler & Keller (2021:305), *product quality is the ability of a product to perform its functions. It includes durability, reliability, precision, ease of operation, and other valued attributes.*

2. *Store Atmosphere* (X_2)

Pendapat dari Berman & Evans (2021:544), *the sum total of the physical attributes of a retailer, whether in a store or a non-store format, that are used to develop an image and draw customers.*

3. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian menurut Kotler & Armstrong (2021:158) yaitu, *the buyer decision process consists of five stages: need recognition, information search, evaluation of alternatives, purchase decision, and postpurchase behavior.*

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Judul penelitian yang diangkat oleh peneliti yaitu "Pengaruh Kualitas Produk dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bakso Boedjangan di Mekarwangi Bandung" terdapat tiga variabel yang telah ditentukan dalam penelitian ini. Variabel-variabel tersebut mencakup Kualitas Produk, *Store Atmosphere* dan Keputusan Pembelian.

Setiap variabel memiliki indikator pengukuran yang dirumuskan menjadi item-item pernyataan yang akan digunakan dalam kuesioner penelitian. Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menjabarkan variabel penelitian menjadi konsep, dimensi, indikator dan ukuran yang diarahkan untuk memperoleh nilai variabel lainnya. Berikut adalah Operasionalisasi variabel dari penelitian ini:

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
<p>Kualitas produk (X₁)</p> <p>Kualitas Produk adalah <i>product quality is the ability of a product to perform its functions. It includes durability, reliability, precision, ease of operation, and other valued attributes.</i></p> <p>Kotler & Keller (2021:305)</p>	<i>Performance</i> (Kinerja)	Konsistensi rasa dan tekstur dari setiap porsi yang diinginkan pelanggan	Tingkat tanggapan konsumen mengenai konsistensi rasa dan tekstur produk	Ordinal	1
		Produk Bakso Boedjangan memiliki ciri khas di seriap menunya	Tingkat tanggapan konsumen mengenai ciri khas varian produk	Ordinal	2
	<i>Reliability</i> (keandalan)	Bakso Boedjangan selalu menjaga kualitas kesegaran produk yang dijual	Tingkat daya Bakso Boedjangan dalam menjaga kualitas kesegaran produk	Ordinal	3
		Produk yang dijual Bakso Boedjangan dapat memenuhi ekspektasi konsumen	Tingkat kemampuan Bakso Boedjangan dalam memenuhi ekspektasi konsumen	Ordinal	4

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
	<i>Confermance</i> (kesesuaian)	Produk yang Bakso Boedjangan tawarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen	Tingkat kesesuaian produk Bakso Bodjangan yang di tawarkan kepada konsumen	Ordinal	5
		Kesesuaian produk dengan manfaat yang dirasakan konsumen	Tingkat kesesuaian produk dengan manfaat yang dirasakan konsumen	Ordinal	6
	<i>Durability</i> (Daya Tahan)	Bahan baku yang digunakan Bakso Boedjangan memiliki kesegaran yang bertahan lama	Tingkat penilaian konsumen terhadap ketahanan dan kesegaran bahan baku yang digunakan	Ordinal	7
		Produk Bakso Boedjangan tetap memiliki kualitas rasa meskipun disimpan beberapa waktu	Tingkat tanggapan konsumen mengenai daya tahan kualitas rasa produk.	Ordinal	8
	<i>Esthetic</i> (Estetika)	Penampian visual produk daapat menambah selera makan pelanggan	Tingkat tampilan produk untuk menambah selera makan konsumen	Ordinal	9
		Penampilan visual produk yang disajikan terkesan menarik bagi konsumen	Tingkat tanggapan konsumen mengenai penyajian produk yang menarik	Ordinal	10

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
<p>Store Atmosphere (X₂)</p> <p><i>Store Atmosphere</i> Adalah, the sum total of the physical attributes of a retailer, whether in a store or a non-store format, that are used to develop an image and draw customers.</p> <p>Berman & Evans (2021:544)</p>	<i>Exterior</i> (Bagian Luar)	Papan nama atau logo dapat memberikan kesan yang unik	Tingkat penilaian konsumen terhadap papan nama atau logo	Ordinal	11
		Tampilan luar restoran dapat menarik perhatian konsumen	Tingkat daya tarik tampilan luar restoran	Ordinal	12
	<i>General Interior</i> (Bagian Dalam)	Suasana dalam restoran dapat menimbulkan kenyamanan	Tingkat suasana di dalam restoran	Ordinal	13
		Kebersihan ruangan dapat membuat konsumen betah berlama-lama	Tingkat tanggapan konsumen terhadap kebersihan restoran	Ordinal	14
	<i>Layout & Design</i> (Tata Letak dan Desain)	Penempatan meja dan kursi tidak berdempetan	Tingkat penempatan meja dan kursi dalam restoran	Ordinal	15
		Sirkulasi udara dalam ruangan yang lancar	Tingkat sirkulasi udara dalam restoran dinilai lancar	Ordinal	16
	<i>Interior Display</i> (Tampilan Interior)	Dekorasi ruangan dapat menambah daya tarik ruangan.	Tingkat daya tarik dekorasi dalam ruangan	Ordinal	17
		Papan menu dapat memberikan informasi yang jelas	Tingkat kemudahan konsumen memahami informasi dari papan menu	Ordinal	18

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
Keputusan Pembelian (X₃) Keputusan pembelian yaitu, <i>the buyer decision process consists of five stages: need recognition, information search, evaluation of alternatives, purchase decision, and postpurchase behavior</i> Kotler & Armstrong (2021:158)	<i>Problem Recognition</i> (Pengenalan Masalah)	Konsumen membutuhkan produk Bakso Boedjangan karena kualitas produk nya yang ditawarkan	Tingkat kebutuhan konsumen terhadap kualitas produk	Ordinal	19
		Konsumen membutuhkan suasana restoran bakso yang nyaman	Tingkat kebutuhan konsumen terhadap suasana restoran	Ordinal	20
	<i>Information Search</i> (Pencarian Informasi)	Konsumen mencari informasi tentang kualitas produk sebelum melakukan pembelian	Tingkat pencarian informasi tentang produk sebelum pembelian	Ordinal	21
		Konsumen mencari informasi mengenai suasana restoran sebelum melakukan pembelian	Tingkat pencarian informasi tentang suasana restoran sebelum pembelian	Ordinal	22
	<i>Alternative Evaluation</i> (Evaluasi Alternatif)	Konsumen membandingkan kualitas produk Bakso Boedjangan lebih unggul dari restoran bakso lain	Tingkat perbandingan rasa atau variasi menu dengan kompetitor	Ordinal	23
		Konsumen membandingkan suasana restoran Bakso Boedjangan lebih unggul dari restoran bakso lain	Tingkat perbandingan kenyamanan suasana restoran dengan kompetitor	Ordinal	24
	<i>Purchase Desition</i> (Keputusan Pembelian)	Konsumen memutuskan membeli karena kualitas produk nya sesuai harapan	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan kualitas produk	Ordinal	25

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
		Konsumen memutuskan membeli karena suasana restoran asik dan unik	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan suasana restoran.	Ordinal	26
	<i>Post-Purchase Behavior</i> (Perilaku Pasca Pembelian)	Pelanggan merasa puas dengan kualitas produk yang di nikmati	Tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk yang dibeli	Ordinal	27
		Pelanggan merasa puas dengan suasana toko yang di nikmati	Tingkat kepuasan pelanggan terhadap <i>store atmosphere</i> setelah pembelian.	Ordinal	28

Sumber: Data diolah peneliti 2025

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Penelitian melibatkan subjek atau objek yang akan diteliti. Peneliti menggunakan populasi sebagai objek penelitian, agar dapat mengolah data dengan menetapkan populasi. Proses pengumpulan data dimulai dengan menentukan responden yang akan dimasukkan ke dalam populasi, dan kemudian memilih sebagian dari populasi untuk digunakan sebagai sampel penelitian. Metode pengambilan sampel tertentu digunakan untuk mendapatkan sampel penelitian.

3.3.1 Populasi

Penelitian ini menggunakan populasi menurut pendapat Sugiyono (2022:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian menarik kesimpulan. Populasi yang digunakan untuk penelitian adalah pelanggan Bakso Boedjangan cabang Mekarwangi Bandung.

Tabel 3.2
Jumlah Transaksi Bakso Boedjangan Cabang Mekarwangi

Tahun	Bulan	Jumlah Transaksi
2024	November	690
2024	Desember	693
2024	Januari	765
2025	Februari	859
2025	Maret	905
2025	April	1.341
2025	Mei	1.028
Total		6.281

Sumber: Data Internal Bakso Boedjangan Cabang Mekarwangi

Berdasarkan data jumlah transaksi pada Tabel 3.2, diketahui bahwa jumlah transaksi konsumen di Bakso Boedjangan Cabang Mekarwangi selama periode penelitian adalah sebanyak 6.281 transaksi, namun jumlah transaksi tersebut belum sepenuhnya merepresentasikan jumlah konsumen yang sebenarnya, karena diasumsikan dalam satu kali transaksi umumnya dilakukan lebih dari satu orang dalam satu transaksi. Penelitian ini diasumsikan bahwa satu kali transaksi setara dengan dua orang konsumen, dengan demikian jumlah populasi yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari hasil transaksi 6.281×2 , yaitu sebanyak 12.562 orang konsumen.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2022:81) mendefinisikan bahwa sampel adalah bagian dan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul mewakili. Semakin besar jumlah sampel dari populasi yang diteliti, maka peluang kesalahan

semakin kecil dan begitu sebaliknya, hal ini disebabkan oleh keterbatasan yang dialami oleh peneliti dalam melaksanakan penelitian, baik dari segi aspek waktu, tenaga, maupun jumlah populasi yang terlalu besar. Dalam konteks penelitian ini, sampel diambil dari populasi dengan tingkat kesalahan yang dapat diterima sebesar 10% (0,10), dan penentuan ukuran sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat kesalahan yang diteliti oleh anggota sampel yang ditolerir (Tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Jumlah populasi sebanyak 12.562 dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,10) atau dengan kata lain tingkat keakuratannya sebesar 90% sehingga sampel yang diambil untuk dapat mewakili populasi dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} = \frac{12.562}{1+12.562(0,1)^2} = 99,2 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Perhitungan yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya maka diperoleh ukuran (n) atau jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini ialah sebanyak 98,4 orang dibulatkan menjadi 100 orang pengunjung yang melakukan pembelian dan menikmati produk di Bakso Boedjangan sebagai responden dengan tingkat kesalahan sebesar 10%.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merujuk pada metode pengumpulan sampel yang digunakan untuk menentukan sampel yang akan diterapkan dalam penelitian. Secara umum, teknik ini dibagi menjadi dua kategori utama yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk pengumpulan sampel adalah *non-probability sampling*. Sugiyono (2022:84) *non-probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak diberi peluang atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Non-probability sampling terdiri dari sampling sistematis, sampling kuota, *incidental sampling*, *purposive sampling* dan *snow ball sampling*. Teknik *non probability sampling* yang dipilih yaitu *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2022:126) *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. *Purposive sampling* dipilih untuk memastikan responden yang diambil relevan dengan tujuan penelitian, yaitu pelanggan yang benar-benar pernah menikmati produk dan mengalami *store atmosphere* di Bakso Boedjangan cabang Mekarwangi.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode yang diterapkan dalam penelitian bertujuan untuk mengumpulkan data, informasi, dan penjelasannya, serta untuk menguraikan dan menjelaskan data yang digunakan. Metode ini disebut sebagai teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data mencakup berbagai cara yang digunakan untuk memperoleh informasi dan keterangan yang diperlukan dalam proses penelitian. Sugiyono

(2022:137) menyebutkan bahwa jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder. Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*field research*)

Penelitian ini dilakukan melalui survei untuk mendapatkan data awal. Survei adalah penelitian secara menyeluruh yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui siapa mereka, apa yang mereka pikirkan, rasakan, atau ingin melakukan apa yang mereka pikirkan. Data primer berasal dari survei lapangan yang dilakukan pada pelanggan Bakso Boedjangan cabang Mekarwangi Bandung.

- a. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang harus diteliti. Wawancara dilakukan melalui tanya jawab dengan pelanggan dan pihak dari Bakso Boedjangan cabang Mekarwangi Bandung, untuk memperoleh data yang berkaitan dengan variabel Kualitas Produk, *Store Atmosphere* dan Keputusan Pembelian.

- b. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2022:142), Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan dan pilihan jawaban yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu mengenai Kualitas Produk, *Store*

Atmosphere, dan Keputusan Pembelian, dalam kuesioner penelitian ini media yang digunakan adalah Google Form yang diberikan langsung kepada konsumen Bakso Boedjangan cabang Mekarwangi Bandung.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan digunakan untuk mendapatkan data sekunder. Data sekunder merupakan data yang merupakan faktor penunjang yang bersifat teoritis kepustakaan. Data sekunder dapat diperoleh melalui beberapa cara, yaitu:

a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan data sekunder berdasarkan literatur-literatur, buku-buku yang berkaitan dengan variabel penelitian dan bertujuan untuk mengetahui teori yang ada kartannya dengan masalah yang diteliti.

b. Jurnal

Data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang membahas berbagai macam ilmu pendidikan serta penelitian dianggap topik pendidikan dan juga sebagai pembanding dengan penelitian yang sedang diteliti.

c. Internet

Teknik pengumpulan data yang berasal dari situs-situs atau *website* yang berhubungan dengan berbagai informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Penelitian dapat mengumpulkan data pendukung yang diperlukan untuk variabel yang diteliti. Uji validitas dan reliabilitas adalah dua komponen uji instrumen ini. Uji validitas bertujuan untuk mengukur relevansi pernyataan dengan

hasil penelitian yang ingin diukur. Uji reliabilitas mengukur seberapa konsisten hasil pengukuran dari satu responden, yang dapat memengaruhi perbedaan dalam pemahaman dalam pernyataan tersebut.

3.5.1 Uji Validitas

Validitas berkaitan dengan usaha untuk meminimalkan atau mengatasi kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh menjadi akurat dan dapat diterapkan dengan efektif. Menurut Sugiyono (2022:125) menyatakan bahwa uji validitas suatu derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk memastikan apakah setiap instrumen itu valid atau tidak. Valid berarti bahwa instrumen tersebut memiliki kemampuan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengujian validitas dapat dilakukan dengan cara analisis faktor, yaitu mengkorelasikan antara skor butir soal dengan total sebagai berikut:

$$r_{xy} = \pi r^2 = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisiensi korelasi.

r = Koefisien validitas item yang dicari.

X = Skor yang diperoleh dari subjek item.

Y = Skor total instrument.

n = Jumlah responden dalam uji instrument.

$\sum X$ = Jumlah hasil pengamatan variabel X.

$\sum Y$ = Jumlah hasil dari pengamatan variabel Y.

$\sum XY$ = Jumlah pengamatan dari variabel X dan Y.

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat pada masing masing skor X.

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat pada masing masing skor Y.

Dasar pengambilan keputusan:

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

Sugiyono (2022:180) menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrument valid adalah indeks validitasnya, positif dan besarnya 0,3 keatas. Maka dari itu, semua instrument atau pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini mengguakan program SPSS (*Statistical 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 pernyataan dapat dilihat dari nilai *corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan. Instrumen yang valid akan memberikan data yang akurat, sehingga hasil analisis lebih dapat dipercaya dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berperan sebagai salah satu alat untuk mengevaluasi sejauh mana suatu instrumen (kuesioner) dapat diandalkan. Uji ini mengukur konsistensi hasil pengukuran ketika dilakukan secara berulang terhadap fenomena yang sama. Sugiyono (2022:121) mengatakan uji reliabilitas dilakukan terhadap item

pernyataan dalam kuesioner yang telah dinyatakan valid, selain itu alat ukur juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada persetujuan yang sudah memenuhi uji validitas. Metode yang harus digunakan dalam penelitian ini adalah metode *split-half* yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara skor total pada item pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus-rumus *spearman brown*.

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok ganjil dan genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil dan genap.
3. Korelasi skor kelompok ganjil dan genap kelompok genap dengan rumus:

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

Keterangan:

r = Korelasi pearson produtmoment.

A = Variabel nomor ganjil.

B = Variabel nomor genap.

ΣA = Jumlah total skor belahan ganjil.

ΣB = Jumlah total skor belahan ganjil.

ΣAB = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap.

ΣA^2 = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil.

ΣB^2 = Jumlah kuadran total skor belahan genap.

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

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

Keterangan:

T = nilai reliabilitas

r_b = korelasi pearson product moment antar belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7.

Setelah nilai realibilitas instrumen diketahui maka selanjutnya nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Pengambilan keputusan berdasarkan kepada:

1. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrument tersebut dinyatakan reliabel.
2. Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrument tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Jika koefisien reliabilitas mencapai 0,7 atau lebih, pernyataan tersebut dapat dianggap reliabel. Sebaliknya, jika koefisien reliabilitas kurang dari 0,7, maka pernyataan tersebut dianggap tidak reliabel.

3.6 Metode Analisis dan Uji Validitas

Analisis data merupakan salah satu kegiatan penelitian yang berupa proses penyusunan dan pengolahan data guna menafsirkan data yang sudah di dapatkan, sehingga peneliti dapat menarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan metode analisis data dan uji hipotesis yang berdasarkan pendapat Sugiyono (2022:147) yang mengatakan metode analisis data suatu cara untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis 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.

Analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini mencakup analisis deskriptif dan verifikatif. Analisis data juga berfungsi untuk menguji hipotesis yang diajukan oleh peneliti, karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk memahami pengaruh antara variabel *independent* yaitu Kualitas Produk (X_1), dan *Store Atmosphere* (X_2), Variabel *dependent* yaitu Keputusan Pembelian (Y).

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai fakta-fakta yang ada secara faktual dan sistematis. Menurut Sugiyono (2022:147) analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif diterapkan untuk menganalisis data yang dikumpulkan melalui kuesioner, tujuannya untuk menggambarkan tingkat tanggapan pelanggan terhadap variabel Kualitas Produk (X_1), *Store Atmosphere* (X_2), dan Keputusan Pembelian (Y).

Setiap pertanyaan dalam kuesioner tersebut dilengkapi dengan lima pilihan jawaban yang memiliki bobot atau nilai yang bervariasi. Setiap pilihan jawaban akan mendapatkan skor, sehingga responden diharapkan dapat menjelaskan dan mendukung pilihan mereka (dari item positif hingga item negatif) untuk menentukan alternatif jawaban yang mereka pilih. Skor ini memungkinkan analisis terhadap setiap jawaban dari pertanyaan alternatif.

Tabel 3.3
Alternatif Jawaban Skala Likert

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

Sumber: Sugiyono (2022:94)

Tabel 3.3 terlihat bahwa pernyataan positif dan negatif memiliki bobot nilai yang saling berlawanan. Kuisisioner penelitian ini, peneliti menggunakan pernyataan positif, di mana jawaban "sangat setuju" diberi nilai 5, "setuju" bernilai 4, "kurang setuju" bernilai 3, "tidak setuju" bernilai 2, dan "sangat tidak setuju" bernilai 1 ". Pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan variabel *independent* dan *dependent* di atas dalam operasionalisasi variabel ini.

Semua variabel diukur menggunakan instrumen berupa kuisisioner. Skala Likert diterapkan untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, di mana frekuensi jawaban untuk setiap kategori (pilihan jawaban) dihitung dan dijumlahkan. Setelah setiap indikator memiliki total, nilai tersebut dirata-ratakan dan kemudian peneliti menggambarkannya dalam bentuk garis kontinum untuk menentukan kategori dari hasil rata-rata tersebut.

Penetapan skor rata-rata, jumlah jawaban kuisisioner dibagi dengan jumlah pertanyaan, kemudian dikalikan dengan jumlah responden. Berikut adalah cara perhitungannya yang lebih jelas:

$$\text{Nilain rata - rata} = \frac{\sum \text{Jawaban kuisisioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} \times 100$$

Setelah rata-rata skor di hitung, maka untuk dapat mengkategorikan dan mengklasifikasikan kecenderungan jawaban responden kedalam skala dengan

formulasi sebagai berikut:

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

Keterangan:

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Rentang Skor = $(5-1) : 5 = 0,8$

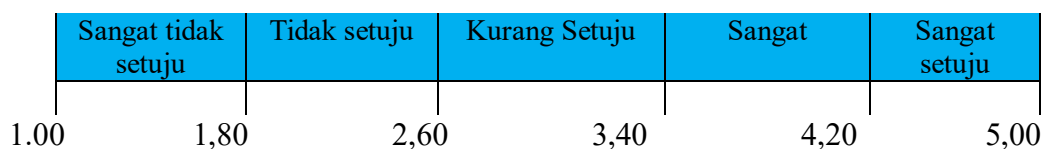
Berdasarkan perhitungan tersebut, maka dapat ditentukan kategori skala seperti berikut:

Tabel 3.4
Kategori Skala Likert

Skala	Kategori
1,00-1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81-2,60	Tidak Setuju
2,61-3,40	Kurang Setuju
3,41-4,20	Setuju
4,21-5,00	Sangat Setuju

Sumber: Sugiyono (2022:94)

Tabel 3.4 terdapat lima kategori skala, yaitu Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Kurang Setuju, Setuju, dan Sangat Setuju. Setelah nilai rata-rata jawaban diperoleh, hasil tersebut akan di interpretasikan menggunakan alat bantu garis kontinum sebagai berikut:



Gambar 3.1
Garis Kontinum

Sumber: Sugiyono (2022:95)

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan perhitungan statistik. Penelitian jenis ini digunakan untuk menguji teori atau hasil penelitian sebelumnya untuk memberikan bukti yang mendukung atau membantah teori atau hasil penelitian sebelumnya. Sugiyono (2022:55) menyatakan bahwa Analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Analisis verifikatif pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Produk (X_1), *Store Atmosphere* (X_2), terhadap Keputusan Pembelian (Y). Peneliti menerapkan beberapa metode seperti Metode Interval Suksesif (MSI), analisis regresi linier berganda, dan analisis korelasi berganda. Peneliti akan menjelaskan beberapa metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen*.

3.6.2.1 Method of Successive Interval (MSI)

Metode suksesif interval adalah suatu cara untuk mengkonversi data ordinal menjadi data interval. Setelah mengumpulkan data melalui kuesioner yang menghasilkan data ordinal, langkah selanjutnya adalah mentransformasikannya menjadi data interval. Metode suksesif interval digunakan untuk mengubah data ordinal menjadi interval. Data interval dibuat setelah data ordinal dikumpulkan melalui kuesioner, hal ini penting karena analisis regresi linier berganda membutuhkan data skala interval. MSI (*Method of Successive Interval*) adalah salah satu teknik transformasi yang paling sederhana. Banyak teknik statistik, seperti uji t , regresi, dan korelasi Pearson, membutuhkan data dalam skala interval, oleh

karena itu jika data yang tersedia hanya dalam skala ordinal, harus diubah menjadi skala interval.

Berikut adalah langkah-langkah untuk menganalisis data menggunakan MSI:

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

$$Scale Value = \frac{(\text{densitas pada batas bawah} - \text{densitas pada batas atas})}{(\text{area di bawah batas atas} - \text{area di bawah batas bawah})}$$

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

$$Y = SV + [k]$$

$$K = 1[SV \text{ min}]$$

Pengolahan data yang akan dilakukan oleh peneliti menggunakan media yaitu menggunakan program IBM SPSS *for Windows* untuk memudahkan proses perubahan data skala ordinal ke skala interval.

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis regresi linier berganda digunakan peneliti untuk mengetahui pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Menurut Sugiyono (2022:213) menyatakan bahwa analisis regresi berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksi berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh secara bersamaan dari dua atau lebih variabel *independent* yaitu Kualitas Produk (X_1) dan *Store Atmosphere* (X_2) terhadap variabel *dependent* Keputusan Pembelian (Y). Berikut adalah persamaan dari regresi linier berganda:

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

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Keputusan Pembelian)

a = Bilangan konstanta

b_1 =Koefisien regresi Kualitas Produk

b_2 =Koefisien regresi *Store atmosphere*

X_1 =Variabel bebas (Kualitas Produk)

X_2 =Variabel bebas (*Store atmosphere*)

e =Tingkat kesalahan (*Standard error*)

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), *Store Atmosphere* (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.

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

Keterangan:

R = Koefisien korelasi berganda

JK (reg) = Jumlah kuadrat regresi

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

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

yaitu:

1. Apabila r = 1, artinya terdapat hubungan antara variabel X dan variabel Y.
2. Apabila r = -1, artinya terdapat hubungan antara variabel negatif.
3. Apabila r = 0, artinya tidak terdapat hubungan korelasi.

Tabel 3.5
Tafsiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Lemah
0,20-0,399	Lemah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2022:63)

3.7 Uji Hipotesis

Sugiyono (2022:63) menyatakan bahwa Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis juga dinyatakan jawaban teoritis terhadap rumusan

masalah penelitian, belum jawaban yang empiris. Langkah yang akan peneliti lakukan dalam analisis data dan pengujian hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Melakukan uji validitas kuesioner.
2. Melakukan uji reliabilitas kuesioner.
3. Apabila uji validitas dan uji reliabilitas dinyatakan valid dan reliabel, maka peneliti akan melanjutkan dengan path analysis atau yang biasa disebut dengan analisis jalur.
4. Setelah analisis dilakukan, peneliti akan melanjutkan uji hipotesis. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1).

Rancangan pengujian hipotesis penelitian ini untuk menguji ada atau tidak nya pengaruh Kualitas Produk, dan *Store Atmosphere* terhadap keputusan pembelian secara simultan dan parsial.

3.7.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Menguji kedua hipotesis ini, digunakan uji statistik F. Penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan output dari SPSS, dengan kriteria pengujian hipotesis dengan tingkat signifikansi (α) = 0.1 artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%, ditentukan sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta_1 \text{ dan } \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk (X_1), dan *Store Atmosphere* (X_2) terhadap Keputusan Pembelian(Y).

2. $H_1 : \beta_1 \text{ dan } \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh Kualitas Produk (X_1), dan *Store Atmosphere* (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

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

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

Keterangan:

F = Uji hipotesis dengan uji F.

R^2 = Koefisien korelasi ganda yang telah diterima.

K = Banyaknya variabel bebas.

N = Ukuran sampel.

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ H_a diterima (signifikan).
2. Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ H_a ditolak (tidak signifikan).

3.7.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen, serta untuk menentukan apakah terdapat saling pengaruh di antara keduanya. Uji ini bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Hipotesis parsial yang diajukan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian

$H_0 : \beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_1 : \beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

2. *Store atmosphere* terhadap keputusan pembelian

$H_0 : \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh *Store Atmosphere* (X_2) terhadap keputusan pembelian.

$H_1 : \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh *Store Atmosphere* (X_2) terhadap keputusan pembelian.

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

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

Keterangan:

t_{hitung} = statistik uji korelasi

n = jumlah sampel

r = nilai korelasi

Hasil dari t_{hitung} di bandingkan dengan t_{tabel} sesuai dengan ketentuan berikut:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.7.3 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah data untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y, baik secara simultan maupun parsial. Nilai R^2 adalah nilai nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan.

1. Analisis koefisien determinasi simultan Untuk melihat seberapa besar pengaruh X_1 , X_2 , (variabel independen) terhadap Y (variabel dependen), biasanya dinyatakan dalam bentuk persen (%). Rumus koefisien determinasi simultan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = koefisien determinasi

R^2 = kuadrat dari koefisien ganda

2. Analisis koefisien determinasi parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk menentukan besaran pengaruh salah satu variabel (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial atau secara masing-masing variabel yang diteliti. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi parsial yaitu:

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

Keterangan:

β = Beta (nilai *standardized coefficients*).

Zero Order = Matrik korelasi variabel bebas dengan variabel serikal.

$Kd = 0$, berarti pengaruh variabel X terhadap Y lemah.

$Kd = 1$, berarti pengaruh variabel X terhadap Y kuat.

3.7.4 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah alat untuk mengumpulkan data atau informasi dalam bentuk pernyataan atau item. Variabel yang dianggap penting oleh responden diidentifikasi selama penyusunan. Sesuai dengan operasionalisasi variabel yang telah

ditentukan, kuesioner ini mencakup pernyataan tentang kualitas produk, *store atmosphere* dan keputusan pembelian sesuai dengan operasionalisasi variabel yang telah ditentukan. Kuesioner ini bersifat tertutup, di mana pilihan jawaban untuk setiap pernyataan telah ditentukan sebelumnya, sehingga responden hanya perlu memilih dari kolom yang disediakan. Distribusi kuesioner kepada responden dilakukan secara online untuk menghemat waktu dan biaya.

3.8 Lokasi dan Waktu

Penelitian ini mengkaji tentang Pengaruh Kualitas Produk dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Bakso Boedjangan Cabang Mekarwangi Bandung). Lokasi penelitian ini bertempat pada Bakso Boedjangan cabang Mekarwangi Bandung yang berlokasi di Jl. Indrayasa No.96, Cibaduyut, Kec. Bojongloa Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat. Peneliti melakukan penelitian mulai dari 14 Februari sampai dengan 14 Agustus 2025.