BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan suatu data. Sesuai dengan pendapat Sugiyono (2010:13) mendefinisikan objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal obyektif dan *reliabel* tentang suatu hal (variabel tertentu). Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa objek penelitian adalah penempatan sasaran yang menyangkut hal – hal dalam penelitian yang dapat menunjang penulis untuk mengumpulkan data yang digunakan dalam sebuah penelitian.

Objek penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian iniadalah Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Adapula subjek dalam penelitian ini adalah konsumen Wardah Cosmetics di Cihampelas Walk Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2010:2), metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan tujuan tertentu .Berdasarkan dari pengertian di atas, maka metode penelitian adalah suatu carayang digunakan sebagai dasar dalam menganalisis obyek penelitian guna menganalisis dan membuat kesimpulan untuk membuktikan semua konsep yang telah dipakai dalam sebuah penelitian.Sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengetahui dan menganalisis

Sejauhmana Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif.

Pengertian metode deskriptif menurut Sugiyono (2010:29) yaitu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data atau sampel yang terkumpul sebagaimana adanya, tenpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Sedangkan metode penelitian. Metode deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan masalah – masalah atau fenomena tentang variabel dalam penelitian ini , yaitu Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, dan Keputusan Pembelian Konsumen.

Metode Verifikatif menurut Sugiyono (2010:13),yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dan analisis yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode verifikatif digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar variabel, dan nuntuk menguji hipotesis variabel dalam penelitian ini, yaitu Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, dan Keputusan Pembelian Konsumen.

3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah rancangan penelitian yang digunakan sebagaipedoman dalam melakukan proses penelitian. Desain penelitian akan berguna bagi semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian.

Penjelasan proses penelitian menurut Sugiyono (2008:13), dapat disimpulkan seperti teori sebagai berikut:

Proses penelitian meliputi:

1. Sumber masalah
2. Rumusan masalah
3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan
4. Pengajuan hipotesis
5. Metode penelitian
6. Menyusun instrument penelitian
7. Kesimpulan.

Berdasarkan proses penelitian yang dijelaskan di atas, maka desain padapenelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Sumber Masalah

Peneliti melakukan survei awal dan wawancara pada pemilik unit usaha, yang menjadi sumber masalah adalah Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, dan Keputusan Pembelian Konsumen.

2. Perumusan masalah

Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data. Proses penemuan masalah merupakan tahap penelitian yang paling sulit karena tujuan penelitian ini adalah menjawab masalah penelitian sehingga suatu penelitian tidak dapat dilakukan dengan baik jika masalahnya tidak dirumuskan secara jelas. Rumusan masalah atau pertanyaan penelitian akan mempengaruhi pelaksanaan tahap selanjutnya didalam tahap penelitian. Pada penelitian ini masalah-masalah dirumuskan melalui suatu pertanyaan, yang akan diuji dengan cara menguji hipotesis.

3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan

Untuk menjawab rumusan masalah yang sifatnya sementara (berhipotesis)maka, peneliti dapat membaca referensi teoritis yang relevan dengan masalah dan berpikir.Selain itu penemuan penelitian sebelumnya yang relevan juga dapat digunakan sebagai bahan untuk memberikan jawaban sementara terhadap masalah penelitian (hipotesis).Telaah teoritis mempunyai tujuan untuk menyusun kerangka teoritis yang menjadi dasar untuk menjawabmasalah atau pertanyaan penelitian yang merupakan tahap penelitian dengan menguji terpenuhinya kriteria pengetahuan yang rasional.

4. Pengajuan hipotesis

Jawaban terhadap rumusan masalah yang baru didasarkan pada teori dan didukung oleh penelitian yang relevan, tetapi belum ada pembuktian secara empiris (faktual) maka jawaban itu disebut hipotesis. Hipotesis yang dibuat pada penelitian ini adalah konsumen Wardah Cosmetics Cihampelas Walk Bandung mengenai Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek.

5. Metode penelitian

Untuk menguji hipotesis tersebut peneliti dapat memilih metode penelitian yang sesuai, pertimbangan ideal untuk memilih metode itu adalah tingkat ketelitian data yang diharapkan dan konsisten yang dikehendaki. Sedangkan pertimbangan praktis adalah, tersedianya dana, waktu, dan kemudahan yanglain. Pada penelitian kali ini metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif.

6. Menyusun instrument penelitian

Setelah metode penelitian yang sesuai dipilih, maka peneliti dapat menyusuninstrumen penelitian.Instrumen ini digunakan sebagai alat pengumpul data.Instrument pada penelitian ini berbentuk kuesioner, untuk pedoman wawancara atau observasi.Sebelum instrumen digunakan untuk pengumpulan data, maka instrumen penelitian harus terlebih dulu diuji validitas dan reliabilitasnya.Dimana validitas digunakan untuk mengukur kemampuan sebuah alat ukur dan reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana pengukuran tersebut dapat dipercaya.Setelah data terkumpul maka selanjutnya dianalisis untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang diajukan dengan teknik statistik tertentu. Pada penelitian ini untuk menguji adanya pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek (variable Independent) Keputusan Pembelian Konsue (variabel Dependen) digunakan korelasi Rank Spearman.

7. Kesimpulan

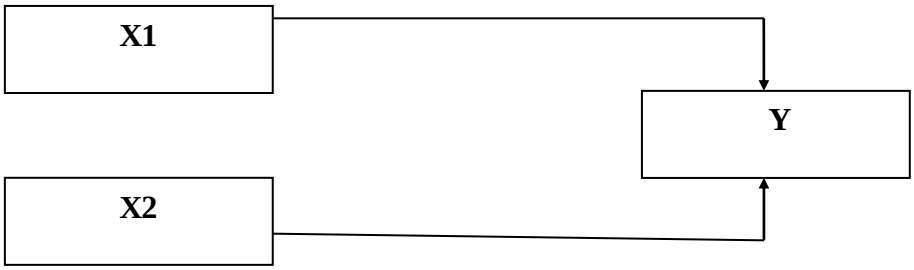
Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode penelitian yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah.Dengan menekankan pada pemecahan masalah berupa informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan.

Tabel 3.1
Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T-1	*Descriptive*	*Descriptive* dan *survey*	Konsumen Wardah Cosmetics	*Cross sectional*
T-2	*Descriptive*	*Descriptive dan Survey*	Konsumen Wardah Cosmetics	*Cross sectional*
T-3	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	Konsumen Wardah Cosmetics	*Cross sectional*
T-4	*Descriptive & Verifikatif*	*Descriptive* dan *Explanatory Survey*	Konsumen Wardah Cosmetics	*ross sectional*

(Sumber: Umi Narimawati, 2008)

Mengacu pada tabel diatas, maka dapat digambarkan gambar desain penelitian sebagai berikut :



Sumber : Data Diolah 2014

Gambar 3.1
Desain Penelitian

Keterangan
X1 : Kualitas Produk
X2 : Kepercayaan Merek
Y : Keputusan Pembelian

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian penulis yaitu pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Dengan variabel-variabel yang diteliti dapat menjadi 2, yaitu :

1. Variabel bebas/*Independent Variable* (Variabel X)

Sugiyono (2010: 39)mendefinisikan tentang variabel bebas adalah varabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Dalam penelitian ini, variabel bebas yang berkaitan dengan masalah yang diteliti bersangkutan dengan fenomena yang terjadi adalah, Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek.

2. Variabel tidak bebas/ *Dependent Variable* (Variabel Y)

Sugiyono(2010:40) mendefinisikan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel terikat yang terkait dengan variabel bebas dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian Konsumen

Selengkapnya dapat dijelaskan dengan menggunakan tabel operasionalisasi variabel dibawah ini :

Tabel 3.2

Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Kuisoner
Kualitas produk Menurut Tjiptono (2008:67) Kualitas produk adalah Kualitas yang mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat bagi pelanggan.	1. Kinerja (*performance*)	- Kinerja	-Tingkat kesesuaian fungsi produk terhadap kebutuhan konsumen - Tingkat harapan konsumen terhadap produk	ordinal	1
	2. Reliabilitas	- Reliabilitas	-tingkat probabilitas kegagalan pemakaian produk		2
	3. Konformasi (*Conformance*)	-Konformasi	-tingkat kesesuaian produk dengan standar		3
	4. Daya tahan (*Durability*)	-Daya Tahan	-frekuensi pemakaian produk sebelum diganti		4
	5. Pelayanan (*Service ability*)	- Pelayanan Penjual	-Tingkat kecepatan pelayanan -Tingkat kompetensi pelayanan -Tingkat kemudahan Pelyanan -Tingkat keramahan staf		5 6 7 8
	6. Persepsi terhadap kualitas (perceived quality)	- Persepsi Konsumen Mengenai Kualitas	-Tingkat Reputasi Penjual dimata konsumen		9
Kepercayaan Merek Menurut Delgado (2004) dalam (Ferrinnadewi:2008	1. Keandalan Merek (Brand Reliability) -	-Keandalan Merek	-Tingkat kompetensi merek dimata konsumen -Tingkat kemampuan Merek	Ordinal	10 11

), kepercayaan merek adalah kemampuan merek untuk dipercaya (*brand reliability*), yang bersumber pada keyakinan konsumen bahwa produk tersebut mampu memenuhi nilai yang dijanjikan dan intensi baik merek (*brand intention*) yang didasarkan pada keyakinan konsumen bahwa merek tersebut mampu mengutamakan kepentingan konsumen.	2. Intensitas Merek (Brand Intention)	Intensitas Merek	memenuhi kebutuhan konsumen -tingkat keutamaan kepentingan konsumen -tingkat masalah yang muncul secara tidak terduga		12 13
Keputusan Pembelian Menurut Kotler dan Keller (2009)) keputusan pembelian adalah beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk.	1. Pengenalan Masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. Perilaku Pasca Pembelian	- Pengenalan masalah - pencarian informasi -Evaluasi Alternatif -Tindakan Pembelian - Perilaku Pasca Pembelian -	-tingkat pengenalan masalah -Tingkat informasi yang didapat oleh konsumen -Tingkat manfaat khusus produk bagi konsumen -Tingkat pilihan pembelian konsumen -Tingkat Kepuasan konsumen terhadap produk - Tingkat pembelian ulang konsumen	Ordinal	14 15 16 17 18 19

Sumber : Data Diolah 2015

3.2.3. Sumber dan Teknik Penentuan Data

Berikut adalah sumber data dan teknik penentuan data yang dipakai penulis dalam menyelesaikan penelitian ini

3.2.3.1 Sumber Data (Data Primer dan Sekunder)

1. Data Primer

Sugiyono (2010: 137)menyebutkanb ahwa data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui cara penyebaran kuesioner dan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, dalam hal ini adalah development PT Paragon and Innovation Technology.

2. Data Sekunder

Sugiyono (2010:139)mendefinisikan sumber data sekunder adalah sumber sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen perusahaan.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Sebelum menentukan penentuan data yang akan dijadikan sampel, terlebih dahulu dikemukakan tentang populasi dan sampel.

A. Populasi

Menurut Sugiyono (2010:117) Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Berdasarkan pengertian tersebut, maka populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Wardah Cosmetics di Cihampelas Walk, berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pihak Wardah konsumen yang datang perbulannya ke store Wardah cosmetics di Cihampelas Walk adalah 1950 konsumen. Karena jumlah total populasi tidak terjangkau secara keseluruhan oleh penulis, maka dalam hal ini penulis melakukan penarikan sampel dengan menggunakanmetode *Random Sampling*.

B. Sampel

Menurut Sugiyono (2010:119) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik penarikan *random sampling* berdasarkan jumlah konsumen Wardah Cosmetics Cihampelas Walk Bandung. Sedangkan pengertian *Random sampling* menurut Sugiyono (2010 : 217) adalah teknik pengambilan sampel dimana semua individu dalam populasi baik secara sendiri – sendiri atau bersama – sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih

Metode penarikan sampel yang digunakan mengacu kepada pendekatan slovin (Umi Narimawati,2010:38), pendekatan ini dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas kesalahan yang ditoleransi (1%,5%,10%)

$$n = \frac{1950}{1 + 1950(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1950}{20,5}$$

n = 95.12 n= 95/100

Berdasarkan perhitungan diatas, maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 95 responden yang merupakan konsumen Wardah Cosmetics. Untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan seperti tidak kembalinya lembar kueisioner maka penulis melakukan penyebaran kuesioner sebanyak 100 kuesioner.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah penelitian lapangan dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung dan melakukan penyebaran kuisioner pada konsumen Wardah kosmetik di store Wardah Cosmetics mall cihampelas walk Bandung yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer. Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut :

1. Observasi

Menurut Nasution dalam Sugiyono (2010:310) menyatakan bahwa observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan.Para ilmuan hanya bisa bekerja melalui data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui

observasi. Observasi yang dilakukan adalah dengan melakukan pengamatan secara langsung tentang hal-hal yang bersangkutan dengan variabel penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan. Pada kesempatan kali ini yang menjadi obyek observasi pada penelitian ini adalah konsumen Wardah cosmetics di store Wardah Cosmetics Mall Cihampelas Walk Bandung.

2. Kuesioner

Sugiyono (2010 : 142) berpendapat bahwa angket atau kuisioner adalah teknik pengumpulkan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan ataupernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Responden dalam penyebaran kuesioner pada penelitian kali ini adalah konsumen Wardah Cosmetics di store Wardah Cosmetics Cihampelas Walk Bandung69 responden. Teknik pengolahan data hasil kuesioner menggunakan skala likert dimana alternatif jawaban bernilai 5 sampai dengan 1. Kuesioner berisi daftar pernyataan yang ditujukan kepada responden mengenai Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen, dan Keputusan Pembelian Konsumen. Berikut ini merupakan skala Likert yang terdapat pada Tabel 3.3

Tabel 3.3
Skala likert

Jawaban	Skala Nilai
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber : Sugiyono (2010:144)

3. Wawancara

Wawancara menurut Estenberg dalam Sugiyono (2010 : 317) adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikontruksikan makna dalam suatu topik tertentu.. Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara kepada konsumen Wardah Cosmetics Cihampelas Walk Bandung.

3.2.4.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2010 : 130) Uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (*content*) dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian.

Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing- masing pernyataan dengan skor total. Adapun rumus dari pada korelasi pearsonadalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\left(\sum XY\right) - \left(\sum X\right)\left(\sum Y\right)}{\sqrt{\left(N\left(\sum X^2\right) - \left(\sum X\right)^2\left(N\left(\sum Y^2\right) - \left(\sum Y\right)^2\right)\right)}}$$

Keterangan:

r = nilai koefesien korelasi pearson

X = Skor item pertanyaan

Y = Skor total item pertanyaan

N = Jumlah responden dalampelaksanaan uji coba instrument

Uji keberartian koefisien r dilakukan dengan uji (taraf signifikansi 5%). Rumus yang dilakukan adalah sebagai berikut:

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

Dimana:
n =ukuran sampel
r =Koefisien Korelasi Pearson

Keputusan pengujian validitas item instrumen, menggunakan taraf signifikansi adalah sebagai berikut :

1. Nilai r dibandingkan dengan nilai r tabel dengan dk = n-2 dan taraf signifikansi α=0,05
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
3. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 20*for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 20*for windows* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti. Berikut hasil uji validitas dari tiap variabel dalam penelitian ini

3.2.4.1.1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Berikut adalah hasil uji validitas mengenai variabel kualitas produk dalam penelitian ini

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	35.1616	21.443	.514	.739
VAR00002	35.0202	21.796	.385	.755
VAR00003	35.3232	22.711	.301	.764
VAR00004	35.2020	22.387	.367	.756
VAR00005	35.2626	22.216	.376	.755
VAR00006	34.9293	21.638	.468	.744
VAR00007	35.0808	20.912	.539	.735
VAR00008	34.9192	20.708	.513	.738
VAR00009	35.0909	21.145	.433	.749
VAR00010	34.4949	22.906	.342	.759
VAR00011	34.6667	22.918	.356	.757

Sumber: Data Diolah 2015

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa seluruh nilai *Cronbach Alpha If Item Deleted* variabel kualitas produk melebihi titik r_{kritis} yaitu sebesar 0,300. Sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh item pernyataan kuesioner dalam variabel ini valid.

3.2.4.1.2 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Merek

Berikut adalah hasil uji validitas mengenai variabel kepercayaan merek dalam penelitian ini.

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Merek

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	9.9500	3.482	.451	.673
VAR00002	9.8000	3.313	.494	.646
VAR00003	10.1900	3.570	.558	.611
VAR00004	10.4400	3.623	.485	.650

Sumber: Data Diolah 2015

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa seluruh nilai *Cronbach Alpha If Item Deleted* variabel kepercayaan merek melebihi titik r_{kritis} yaitu sebesar 0,300. Sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh item pernyataan kuesioner dalam variabel ini valid.

3.2.4.1.3 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Berikut adalah hasil uji validitas mengenai variabel keputusan pembelian dalam penelitian ini

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	16.4600	11.281	.317	.811
VAR00002	16.2200	10.153	.483	.777
VAR00003	16.3200	9.614	.628	.742
VAR00004	16.2400	9.639	.625	.743
VAR00005	16.3100	9.226	.685	.727
VAR00006	16.2000	9.899	.551	.761

Sumber: Data Diolah 2015

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa seluruh nilai *Cronbach Alpha If Item Deleted* variabel keputusan pembelian melebihi titik r_{kritis} yaitu sebesar 0,300. Sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh item pernyataan kuesioner dalam variabel ini valid.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menyatakan bahwa apabila instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Menurut Sugiyono (2010:132) reliabilitas adalah derajat konsistensi/keajengan data dalam interval waktu tertentu. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reabilitas adalah metode

Pengujian reliabilitas kuesioner pada penelitian ini penulis menggunakan metode *Alpha Cronbach* (α) menurut Sugiyono (2010:177) dengan rumus sebagai berikut:

$$R = \alpha = R = \frac{N}{N-1}\left(\frac{S^2(1-\Sigma S_i^{\,2}}{S^2}\right)$$

Keterangan :

α = Koefisien Reliabilitas *Alpha Cronbach*

S^2 = Varians skor keseluruhan

S_i^2 = Varians masing-masing item

3.2.4.2.1 Hasil Uji Reliabilitas

Berikut adalah hasil uji realibilitas yang dilhitung dengan software SPSS dari setiap variabel dalam penelitian ini

Tabel 3.7

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	r_{kritis}
Kualitas Produk (X_1)	**Reliability Statistics** Cronbach's Alpha: .768 | N of Items: 11	0,700
Kepercayaan Merek(X_2)	**Reliability Statistics** Cronbach's Alpha: .708 | N of Items: 4	0,700
Keputusan Pembelian (Y)	**Reliability Statistics** Cronbach's Alpha: .793 | N of Items: 6	0,700

Sumber : Data Diolah 2015

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Rancangan analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematisdata yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan, dan dokumentasi dengancara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit,melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Peneliti melakukan analisa

terhadap data yang telah diuraikan dengan menggunakan metode deskriptif (kualitatif) danVerifikatif (kuantitafif).

3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif (Kualitatif)

Analisis Deskriptif/ kualitatif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik.Analisis kualitatif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik. Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilhat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1,2,3,4, dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan predisi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden.

$$\% \text{ Skor Aktual} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Keterangan:

a. Skor actual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan.
b. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel 3.4 sebagai berikut

Tabel 3.8
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 - 36.00	Tidak Baik
2	36.01 - 52.00	Kurang Baik
3	52.01 - 68.00	Cukup
4	68.01 - 84.00	Baik
5	84.01 – 100	Sangat Baik

Sumber : Umi Narimawati (2010:46)

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui "*Methode of Successive Interval*. Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

1. MSI (*Method of Succesive Interval*)

Adapun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data ordinal menjadi interval adalah sebagai berikut:

a) Ambil data ordinal hasil kuesioner

b) Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya

c) Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulaif. Untuk data n > 30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.

d) Menghitung nilai densititas untuk setiap proporsi komulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.

e) Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Successive Interval*

$$\text{Means of Interval} = \frac{\textit{Density at Lower limit} - \textit{Density at Upper Limit}}{\textit{Area at Below Density Upper Limit} - \textit{Area at Below Lower Limitt}}$$

Dimana:

Means of Interval	= Rata-Rata Interval
Density at Lower Limit	= Kepadatan batas bawah
Density at Upper Limit	= Kepadatan atas bawah
Area Under Upper Limit	= Daerah di bawah batas atas
Area Under Lower Limit	= Daerah di bawah batas bawah

f) Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus : Nilai Transformasi = Nilai Skala + ⁞ Nilai Skala Minimal ⁞ + 1

Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Keprcayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Unit analisis dalam penelitian ini adalah Konsumen Wardah cosmetics di Cihampelas Walk Bandung, yang mana menggunakan metode analisis regresi sederhana.

2). Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan

persamaan regresi yang memiliki sifat *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE). Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik merupakan dasar dalam model regresi linier sederhana yang dilakukan sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis.

Beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan analisis regresi sederhana, alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti, terdiri atas:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan suatu situasi dimana beberapa atau semua variabel bebas berkorelasi kuat. Jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama variabel independen maka konsekuensinya adalah:

1. koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir

2. Nilai *standar error* setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga.

Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar, yang

mengakibatkan *standar error* nya semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikoliniearitas adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factors* (VIF). Menurut Gujarati (2003: 362), jika nilai VIF nya kurang dari 10 maka dalam data tidak terdapat Multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastitas

Menurut Gujarati (2005:406), situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji *Rank Spearman* yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual. Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual *(error)* ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi didefinisikan sebagai korelasi antar observasi yang diukur berdasarkan deret waktu dalam model regresi atau dengan kata lain *error* dari observasi yang satu dipengaruhi oleh error dari observasi yang sebelumnya. Akibat dari adanya autokorelasi dalam model regresi, koefisien regresi yang diperoleh menjadi tidak efisien, artinya tingkat kesalahannya menjadi sangat besar dan koefisien regresi menjadi tidak stabil. Untuk menguji ada tidaknya

autokorelasi, dari data residual terlebih dahulu dihitung nilai statistik Durbin-Watson (D-W). Kriteria uji: bandingkan nilai D-W dengan nilai d dari tabel Durbin-Watson:

a. jika D-W < $d_L$atau D-W > 4 – dL, kesimpulannya pada data terdapat autokorelasi.

b. Jika dU < D-W < 4 – dU, kesimpulannya pada data tidak terdapat autokorelasi.

c. Tidak ada kesimpulan jika dL ≤ D-W ≤dU atau 4 – dU ≤ D-W ≤ 4-dL.

Apabila hasil uji *Durbin-Watson* tidak dapat disimpulkan apakah terdapat *autokorelasi* atau tidak maka dilanjutkan dengan *runs test*.

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono (2011: 261) Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar perubahan Variabel X akan berpengaruh terhadap Variabel Y.

Persamaan regresi sederhana menurut Sugiyono (2008;270) adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Variabel dependen, dalam hal ini adalah kinerja kualitas pelayanan

X = Variabel independen, dalam hal ini adalah kepercayaan pelanggan konsumen

a = satuan bilangan yang merupakan nilaiY jika X=0/konstanta

b = koefisien regresi

Untuk mengetahui nilai a dan b dapat digunakan *least square methode* (metode kuadrat kecil) yaitu metode pendekatan matematis yang digunakan untuk menghitung garis regresi yang unik melalui serangkaian titik-titik data tertentu yang ada. Rumusnya menurut Sugiyono (2008;272) adalah sebagai berikut :

$$a = \frac{\left(\sum Y\right)\left(\sum X^2\right) - \left(\sum X\right)\left(\sum XY\right)}{n\sum X^2 - \left(\sum X\right)^2}$$

$$b = \frac{n\sum XY - \left(\sum X\right)\left(\sum Y\right)}{n\sum X^2 - \left(\sum X\right)^2}$$

Dimana:

n = jumlah dari sampel.

Y= Variabel Terikat

X= Variabel Bebas

4. **Analisis Korelasi**

Menurut Sugiyono (2009:183),pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variable x dan y,dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi Pearson dengan rumus:

$$r = \frac{n(\sum XiYi) - (\sum Xi)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum Xi^2) - (\sum Xi)^2\} - \{n(\sum yi^2) - (\sum yi)^2\}}}$$

Dimana: $-1 \leq r \leq +1$

r = koefisien korelasi

x = *Kualitas Produk, Kepercyaan Merek*

y = Keputusan Pembelian

n = jumlah responden

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada Tabel 3.5dibawah ini

Tabel 3.9
Tingkat Keeratan Korelasi

-1 ≤ r ≤ +1	**Tingkat Keeratan**
0,80 – 1,00	Korelasi sangat kuat atau sempurna
0,60 – 0,79	Korelasi kuat
0,40 – 0,59	Korelasi sedang
0,20 – 0,39	Korelasi rendah
0,00 – 0,19	Tidak ada korelasi atau korelasi lemah

Sumber : Sugiyono (2009:193)

5. Analisis Koefisien Determinasi

Persentase peranan semua variable bebas atas nilai variable bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2). Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variable terikat. Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari

perhitungan dengan Microsoft/SPSS atau secara manual didapat dari R^2 = SS_{reg}/SS_{tot} .

$$Kd = r^2 \, x100\%$$

Dimana:

d : Koefisien determinasi
r : Koefisien Korelasi

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

Langkah – langkah dalam analisisnya sebagai berikut :

3.2.5.2.2. Pengujian Secara Parsial

Melakukan uji-t, untuk menguji pengaruh masing-masing variable bebas terhadap variable terikat hipotesis sebagai berikut :

a. **Rumus uji t yang digunakan adalah :**

$$t1 = r_{x1y}\sqrt{\frac{n-k-1}{(1-r_{x1y}{}^2)}}$$

$$t2 = r_{x2y}\sqrt{\frac{n-k-1}{(1-r_{x2y}{}^2)}}$$

Dimana:

r = korelasi parsial yang ditentukan

n = jumlah sampel
t = t_{hitung}

b. Hipotesis

$H_{0.1}.\beta_1 = 0$, Tidak terdapat Pengaruh Kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wardah Cosmetics di Cihampelas Walk Bandung.

$H_{1.1}.\beta_1 \neq 0$, Terdapat Pengaruh Kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wardah Cosmetics di Cihampelas Walk Bandung.

$H_{0.2}.\beta_2 = 0$, Tidak terdapat Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Keputusan pembelian Konsumen Wardah Cosmetics di Cihampelas Walk Bandung.

$H_{1.2}.\beta_2 \neq 0$, Terdapat Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Wardah Cosmetics di Cihampelas Walk Bandung

c. Kriteria pengujian

H_0 ditolak apabila t_{hitung}< dari t_{tabel} ($\alpha = 0{,}05$)

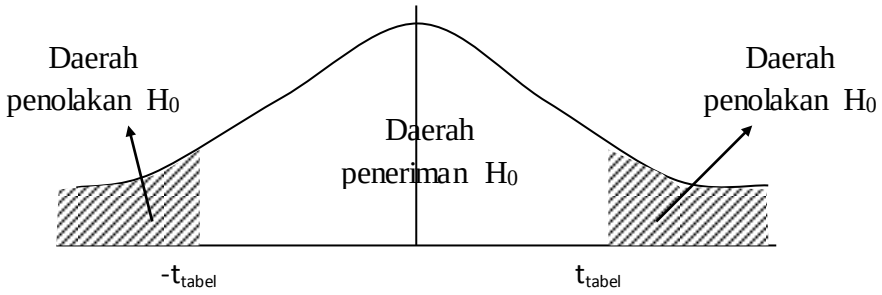
Kriteria Penarikan Pengujian:

Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0{,}01$) untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti Ha diterima artinya diantara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya

Dibawah ini merupakan gambaran daerah penolakan H_0 dan daerah penerimaan H_1



Sumber : Suharismi Arikuntoro (2012:161)

Gambar 3.2
Daerah penerimaan dan penolakan Ho