BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek Penelitian dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Soerabi PA'iS Jl. Kopo Sayati No. 138 Bandung sebagai Populasi, kemudian dalam tekniknya dilakukan penarikan sampel yang dianggap mewakili seluruh populasi konsumen Soerabi PA'iS.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Desain Penelitian

Dalam melukukan suatu penelitian sangat perlu dilakukan perencanaan penelitian, agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis. Menurut Moh. Nazir dalam bukunya metode penelitian memaparkan bahwa : "Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelititan." Dari pemaparan diatas maka dapat dikatakan bahwa desain penelitian merupakan semua proses penelitian yang dilkukan oleh penulis dalam melaksanaan penelitian yang dilakukan pada waktu tertentu. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1). Melakukan survei awal ke beberapa usaha surabi yang populer di bandung kemudian menetapkan permasalahan sebagai indikasi dari fenomena yang terjadi.

2). Menetapkan judul penelitian dari penomena yang terjadi.

3). Mengidentifikasi permasalahan yang yang terjadi di usaha Soerabi PA'iS.

4). Menetapkan rumusan masalah.

5). Menetapkan tujuan penelitian

6). Menetapkan hipotesis penelitian, berdasarkan fenomena yang terjadi yang didukung dengan teori-teori yang bersangkutan.

7). Menetapkan konsep variabel sekaligus pengukuran variabel penelitian yang digunakan.

8). Menetapkan sumber data, teknik penentuan sampel dan teknik pengumpulan data.

9). Membuat *coding*, serta mengadakan *editing* dan *processing* data.

10). Melakukan analisis data yang sudah didapatkan dari teknik pengumpulan data dengan pemilihan prosedur statistik.

11). Melaporkan hasil penelitian.

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 Soerabi PA'iS	*Cross Sectional*
T-2	*Descriptive*	*Descriptive dan survey*	Konsumen Soerabi PA'iS	*Cross Sectional*
T-3	*Descriptive*	*Descriptive dan survey*	Konsumen Soerabi PA'iS	*Cross Sectional*
T-4, 5, 6	*Descriptive & Verifikatif*	*Descriptive dan Eksplantory survey*	Konsumen Soerabi PA'iS	*Cross Sectional*

3.2.2 Oprasionalisasi Variabel

Menurut Umi Narimawati, operasionalisasi variabel adalah proses penguraian variabel penelitian kedalam sub variabel, dimensi, indikator, dan pengukuran. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel, dua variabel independent variabel (*independent variable*) yaitu produk (X1), harga (X2) sebagai variable X dan variabel terikat (*dependent variable*) yaitu keputusan pembelian sebagai variable Y.

1). Variabel Kualitas produk

Produk merupakan pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginanan konsumen (Fandy Tjiptono 2008:95). Dalam penelitian ini akan digunakan dimensi yang mencirikan tentang kualitas produk yaitu :

1). *Performance* (kinerja)
2). *Feature* (bagian–bagian tambahan dan produk)
3). *Realibility* (kehandalan)
4). *Conformance* (kesesuaian karakteristik operasi produk–produk dengan spesifikasi tertentu atau tidak ada cacat produk)
5). *Durability* (ketahanan)
6). *Service Ability* (pelayanan)
7). Estetika
8). *Perceiced Quality* (persepsi kualitas)

2). Variabel Penetapan harga

Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa (Fandy Tjiptono 2008:151). Dalam penelitian ini menggunakan empat indikator harga dari Rosvita Dua Lembang (2010) karena indikatornya didapat dari buku (Stanton, 1998) yaitu :

1). Keterjangkauan harga

2). Kesesuaian harga dengan kualitas produk

3). Daya saing harga

4). Kesesuaian harga dengan manfaat

3). Variabel keputusan pembelian

Proses pengambilan keputusan terbatas terjadi apabila konsumen mengenal masalahnya, kemudian mengevaluasi beberapa alternatif produk atau merek berdasarkan pengetahuan yang dimiliki tanpa berusaha (sedikit usaha) mencari informasi baru tentang produk atau merek tersebut. Ini biasanya berlaku untuk pembelian produk-produk yang kurang penting atau pembelian yang bersifat rutin. Fandy Tjiptono (2008:21).

Dalam Penelitian ini akan digunakan proses keputusan pembelian Fandy Tjiptono (2008:23) yaitu keputusan Pembelian kebiasaan yaitu :

1). Pengenalan masalah

2). Pencarian informasi

3). Evaluasi alternatif

4). Pembelian

5). Purnabeli

Tabel 3.2

Operasionalisasi Varibel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas Produk (X1)	Kualitas Produk Adalah Karakteristik produkatau jasa yang bergantung pada kemapuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. (Kotler & Amstrong, 2008:272)	1. Kinerja (*Performance*) 1). Rasa surabi 2. Ciri-ciri atau Keistimewaan tambahan (*feature*) 1). Banyak pilihan / keragaman rasa 3. Keandalan (reliability) 1). Tidak mudah rusak / produk tetap utuh 4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*) 1). Produk surabinya halal / kelayakan konsumsi 5. Daya tahan (*durability*) 1). Ketahanan produk untuk dimakan / dikonsumsi 6. *Serviceability* (pelayanan) 1). Keramahan Pelayanan 7. Estetika 1). Kemenarikan sajian warna produk	1) Tingkat rasa 2) Tingkat keragaman rasa 3) Tingkat kerusakan produk 4) Tingkat Kelayakan Konsumsi 5) Tingkat ketahanan Produk 6) Tingkat Keramahan pelayanan 7) Tingkat kemenarikan tampilan warna	Ordinal

		8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*). 1). Persepsi kualitas terhadap produk surabi	8) Tingkat persepsi kualitas produk	
Penetapan Harga (X2)	Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa (fandy tjiptono 2008:151)	1. Keterjangkauan harga 1). Harga produk surabi terjangkau 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 1). Harga produk surabi sesuai kualitas 3. Daya saing harga 1). Harga produk soerabi PA'iS dapat bersaing dengan harga produk surabi lain 4. Kesesuaian harga dengan manfaat 1). Harga produknya sesuai dengan manfaat yang dirasakan	1). Tingkat keterjangkauan harga 2). Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk 3). Tingkat daya saing harga 4). Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat	Ordinal
Keputusan Pembelian (Y)	Proses pengambilan keputusan terbatas terjadi apabila konsumen mengenal masalahnya, kemudian mengevaluasi beberapa alternatif produk atau merek berdasarkan pengetahuan yang dimiliki tanpa berusaha (sedikit usaha) mencari informasi baru tentang produk atau merek tersebut. (fandy tjiptono 2008:21)	1. Pengenalan masalah 1). Membutuhkan produk yang sesuai dengan keinginan 2. Pencarian informasi 1). Kemudahan untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai suatu produk	1). Tingkat kesesuaian dengan kebutuhan 2). Tingkat kemudahan mencari informasi	Ordinal

		3. Evaluasi alternatif 1). kemudahan Memilih tempat yang menjual makanan yang diinginkan	3). Tingkat kemudahan	
		4. Pembelian 1). keyakianan dalam keputusan pembelian	4). Tingkat keyakinan	
		5. Purnabeli 1). Persaaan setelah membeli produk	5). Tingkat Kepuasan	
		2). Akan merekomendasikan tempat dan produknya kepada teman atau kerabat.	6). Tingkat Kesetiaan	

Sumber : Rancangan operasionalisasi untuk penelitian yang dikembangkan dari teori

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data (Primer dan Sekunder)

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2009:137) data primer sebagai :

"Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data". Peneliti menggunakan data primer karena peneliti mengumpulkan sendiri data-data yang dibutuhkan yang bersumber langsung dari objek pertama yang akan diteliti.

1). Data Primer

Data primer dalam penelitian ini adalah variabel produk dan harga, yang diperoleh langsung dari para konsumen di Soerabi PA'iS yang menjadi objek penelitian yang kemudian menarik sampel yang dapat mewakili dari populasi.

2). Data Sekunder

Sumber data sekunder menurut Sugiyono (2009:137) adalah: "Sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data". Menggunakan data sekunder karena peneliti mengumpulkan informasi dari data yang telah diolah oleh pihak lain, yaitu informasi data-data dari pihak Soerabi PA'iS Bandung.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data (penarikan sampel)

1). Populasi

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi itu (sugiono 210:389). Menururt Umi Narimawati (2008:161) populasi adalah "Objek atau subyek yang memiliki karakteristik tertentu sesuai informasi yang ditetapkan oleh peneliti, sebagai unit analisis. Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian

ini adalah seluruh konsumen Soerabi PA'iS perkiraan dalam satu minggu berjumlah 811 orang.

2). Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih untuk menjadi unit pengamatan dalam penelitian (Umi Narimawati, 2008). Menurut Sugiyono (2010:116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Metode penarikan sampel yang digunakan mangacu kepada pendekatan *Slovin,* pendekatan ini dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

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

dimana :

n = ukuran sample N = ukuran populasi

e = tingkat kesalahan dalam populasi

Berdasarkan rumus diatas, maka dapat diketahui sampel yang akan diambil dalam penelitian ini berjumlah 89 Orang, melalui perhitungan berikut :

$$n = \frac{811}{1 + 811(0{,}1)^2} \qquad n = \frac{811}{9.11} \qquad n = 89{,}02\ (90)$$

Demikian, Sampel dalam penelitian ini berjumlah 90 Orang.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data (Observasi, Kuesioner, wawancara, Dokumentasi)

Metode pengumpulan data adalah penelitian lapangan (*field Research*), dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer dan data sekunder.

1) Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian. Objek penelitian dalam peneltian ini adalah Soerabi PA'iS Bandung. Data primer dalam penelitian ini berarti data yang diperoleh langsung dari Soerabi PA'iS Bandung. Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut:

(1). Observasi (Pengamatan Langsung)

Melakukan pengamatan secara langsung dilokasi untuk memperoleh data yang diperlukan. Observasi dilakukan dengan mengamati kegiatan Soerabi PA'iS Bandung yang berhubungan dengan variabel penelitian. Hasil dari observasi dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mangambil kesimpulan.

(2). Wawancara atau *interview*

Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah yang dibahas. Penulis mengadakan hubungan langsung dengan pihak-pihak yang dianggap dapat memberikan informasi yang sesuai

dengan kebutuhan. Dalam teknik wawancara ini, penulis mengadakan tanya jawab kepada sumber yang dapat memberikan data atau informasi itu berupa yang berkaitan dengan produk dan penetapan harga implikasinya terhadap keputusan pembelian.

(3). Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawabnya. Kuesioner yang digunakannya adalah kuesioner tertutup yang telah diberi skor, dimana data tersebut nantinya akan dihitung secara statistik kuesioner tersebut berisi daftar pertanyaan yang ditujukan kepada responden yang berhubungan dengan penelitian ini. Hasil kuesioner ini berupa data-data mengenai produk dan penetapan harga terhadap keputusan penelitian.

2) Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diambil secara tidak langsung yang merupakan data yang telah diolah oleh perusahaan, berbagai referensi buku, makalah, materi perkuliahan yang berhubungan dengan objek data yang akan diteliti oleh penulis. Data sekunder ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut:

(1). Dokumentasi

Pengumpulan data dilakukan dengan menelaah dokumen-dokumen yang terdapat pada perusahaan, mulai dari literatur, buku-buku yang ada.

3.2.4.1 Uji Validitas

Menurut cooper (2006:720) Umi Narimawati dkk (2011:42) validitas adalah*: "validity is a caracteristic of measuraenment concerned with the extent that test measures what the research actually wishes to measure"*. Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pertanyaan dengan skor total untuk mempermudah pengolahan data maka menggunakan *SPSS 17.0 for windows*. Adapun rumus dari pada korelasi pearson adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{N}}{\sqrt{\left[\sum X^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}\right]\left[\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}\right]}}$$

Keterangan:

r= koefisien korelasi pearson

x= skor item pertanyaan

y= skor total item pertayaan

N= jumlah responden dalam pelaksanaan uji coba instrumen

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

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

Keterangan:

n= ukuran sampel

r= koefisien korelasi pearson

keputusan pengujian validitas instrument dengan menggunakan taraf signifikan dengan 5% satu sisi adalah:

1). Item instrument dikatakan valid jika t hitung lebih dari atau sama dengan t 0,05 (90)= maka instrument tersebut dapat digunakan.

2). Item instrument dikatakan tidak valid jika t hitung kurang dari t 0,05 (90)= 1,9744 maka item tersebut tidak dapat digunakan.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut cooper (2006:720) dalam Umi Narimawati dkk 2011:43. reliabilitas adalah: "*reability is a caracteristic of measuraenment concerned with acuracy, precision, and consistency".* Setelah melakukan pengujian validitas butir pertanyaan, maka langkah selanjutnya adalah menguji reliabilitas untuk menguji kehandalan atau kepercayan alat pengungkap dari data. Dengan diperoleh nilai r dari uji validitas yang menunjukkan hasil indeks korelasi yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara dua belahan istrument.dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji realibilitas adalah split half methode (spearman-brown correlation) tehnik belah dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua

bagian yang sama besar (pemilihan bedasarkan genap-ganjil). Cara kerjanya adalah sebagai berikut:

1). Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil / genap), kemudian dikelompokan dalam kelompok I dan kelompok II.
2). Skor untuk msing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II.
3). Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II.
4). Korelsikan skor total kelompok I total kelompok II.

$$\frac{2r_b}{1 + r_b}$$

5). Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\mathrm{r_i} = \frac{2\mathrm{r}_b}{1 + \mathrm{r}_b}$$

Keterangan:

r1= reliabilitas internal seluruh item

rb= korelasi *product moment* antara belahan pertama dan belahan kedua

untuk melihat ada tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,70 maka secara keseluruhan pernyataan dinyatakan andal (*reliabel*).

3.2.4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Kualitas Produk

Hasil pengujian validitas kuesioner kualitas produk dapat dilihat pada Tabel 4.4 berikut ini.

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Kualitas Produk

No	Nilai Validitas	Hasil	Nilai Reliabilitas	Hasil
1	0,629	Valid	0,756	Reliabel
2	0,599	Valid		
3	0,728	Valid		
4	0,652	Valid		
5	0,779	Valid		
6	0,532	Valid		
7	0,670	Valid		
8	0,574	Valid		

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Tabel 3.3 menunjukan hasil pengujian validitas kuesioner penelitian untuk variabel bebas di atas menunjukan seluruh item pertanyaan variabel X1 (kualitas produk) memiliki nilai r di atas 0,3. Dengan demikian, item-item pertanyaan variabel bebas dinyatakan valid. Hasil pengujian reliabiltas memiliki nilai *Split Half* di atas 0,700, yakni 0,756. Dengan demikian, item-item pertanyaan variabel kualitas produk dinyatakan reliabel.

3.2.4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Harga

Hasil pengujian validitas kuesioner harga dapat dilihat pada Tabel 3.4 berikut ini.

Tabel 3.4
Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Harga

No	Nilai Validitas	Hasil	Nilai Reliabilitas	Hasil
1	0,767	Valid	0,706	Reliabel
2	0,620	Valid		
3	0,764	Valid		
4	0,714	Valid		

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel 4.5 hasil pengujian validitas kuesioner penelitian untuk variabel bebas di atas menunjukan seluruh item pertanyaan variabel X2 (harga) memiliki nilai r di atas 0,3. Dengan demikian, item-item pertanyaan variabel bebas dinyatakan valid. Hasil pengujian reliabiltas memiliki nilai *Split Half* di atas 0,700, yakni 0,706. Dengan demikian, item-item pertanyaan variabel harga dinyatakan reliabel.

3.2.4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Keputusan Pembelian Konsumen

Hasil pengujian validitas kuesioner keputusan pembelian konsumen dapat dilihat pada Tabel 3.5 berikut ini :

Tabel 3.5
Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Keputusan Pembelian Konsumen

No	Nilai Validitas	Hasil	Nilai Reliabilitas	Hasil
1	0,550	Valid	0,785	Reliabel
2	0,771	Valid		
3	0,696	Valid		
4	0,798	Valid		
5	0,576	Valid		
6	0,686	Valid		

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel 3.5 hasil pengujian validitas kuesioner penelitian untuk variabel bebas di atas menunjukan seluruh item pertanyaan variabel Y (keputusan pembelian konsumen) memiliki nilai r di atas 0,3. Dengan demikian, item-item pertanyaan variabel bebas dinyatakan valid. Hasil pengujian reliabiltas memiliki nilai *Split Half* di atas 0,700, yakni 0,785. Dengan demikian, item-item pertanyaan variabel kelompok referensi dinyatakan reliabel.

3.2.4.6 Uji MSI (*Method of Successive Interval*)

Menurut Dr. dr. Hari Basuki Notobroto, M.Kes dan Dr. dr. Arief Wibowo, MS. Skala pengukuran sangat menentukan jenis analisis yang akan digunakan. Semakin tinggi skala pengukuran, semakin tinggi pula jenis analisis yang dapat digunakan. Skala pengukuran ditentukan oleh metode atau jenis alat ukur (*instrumen*) yang digunakan untuk pengumpulan data atau pengukuran. Salah satu jenis alat ukur (*instrumen*) yang banyak digunakan adalah kuesioner dengan menggunakan skala penilaian (skala likert atau *Rating scale*) yang sering kali digunakan untuk mengukur perilaku, sikap atau persepsi seseorang. Pengukuran dengan alat ukur yang menggunakan skala likert atau rating scale menghasilkan data yang memiliki skala ordinal, sehingga dalam analisisnya seharusnya menggunakan uji statistik non parametrik (analisis data semi kuantitatif). Dalam prakteknya, di beberapa bidang ilmu, untuk analisis data ordinal yang dihasilkan melalui pengukuran dengan alat ukur yang menggunakan skala likert atau *rating scale* digunakan kelompok uji statistik parametrik (misalnya regresi linier). Untuk itu, maka data ordinal tersebut terlebih dahulu ditransformasi sehingga menjadi skala interval. Salah satu metode untuk transformasi yang banyak digunakan adalah *Method of Successive Interval* (MSI). Dengan metode ini diharapkan data ordinal menjadi interval dan berdistribusi normal. Penelitian ini bertujuan mengetahui perbedaan hasil analisis

data ordinal yang telah ditransformasi menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI) dibandingkan dengan hasil analisis data tanpa transformasi.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Rancangan analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit melalui 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.

1). Analisis deskriptif atau kualitatif

Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana produk, harga, dan keputusan pembelian.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian kualitatif adalah:

(1). Setiap indikator yang dinilai oleh responden, diklasifikasikan dalam lima alternatif jawaban yang menggambarkan peringatan jawaban.

(2). Dihitung total skor setiap variabel/sub variabel = jumlah skor dari seluruh indikator variable untuk semua jawaban responden.

(3). Dihitung skor tiap variabel/sub variabel= rata-rata dari total skor.

(4). Untuk mendeskripsikan jawaban responden, juga digunakan statistik deskriptif seperti distribusi frekuensi dan tampilan dalam bentuk tabel ataupun grafik.

(5). Untuk menjawab deskripsi dari masing-masing variabel penelitian ini, digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut:

$$\frac{\text{skor aktual}}{\text{skor ideal}} \text{ x } 100\%$$

Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajuka. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Penjelasan bobot nilai skor aktual dapat dilihat pada tabel 3.6 berikut:

Tabel 3.6

Kriteria Presentase Tanggapan responden

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, 2007:85)

2). Analisis Verifikatif (kuantitatif)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Terlebih dahulu dilakukan 5 tabulasi dan memberika nilai sesuai dengan sistem yang ditaetapkan. Jenis kuesioner yang diguanakan adalah kuesioner tertutup dengan menggunakan skala ordinal. Untuk teknik perhitungan data kuesioner yang telah diisi oleh responden digunakan skala likert dengan langkah-langkah : memberikan nilai pembobotan 5-4-3-2-1 untuk jenis pertanyaan positif.

Menurut Sugiyono (2010:132) skala likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor.

Tabel 3.7

Skala Penilaian

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

Sumber : Sugiyono 2010:133

Keseluruhan nilai atau skor yang didapat dianalisis dengan cara:

(1). Mengolah setiap jawaban dan pertanyaaan dari kuesioner yang disebarkan untuk dihitung frekuensi dan persentasenya.

(2). Nilai yang diperoleh merupakan indikator untuk pasangan variabel independen (X) yaitu kualitas produk (X1), harga (X2) dan variabel dependen (Y) keputusan pembelian konsumen. Dan asumsikan sebagai hubungan linear.

(3). Menentukan skala atau bobot dari masing-masing alternatif jawaban seperti diuraikan diatas. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval. maka untuk memecahkan masalah ini perlu ditingkatkan skala pengukurannya menjadi skala interval melalui "methode of successive interval" (hays, 1969:39) dalam Umi Narimawati dkk.

1). Mengolah data ordinal menjadi interval dengan interval berurutan untuk variabel bebas terikat. Adapun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data adalah sebagai berikut :

   (1). Ambil data ordinal hasil kuesioner

   (2). Untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.

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

(4). Menghitung nilai densitas untuk stiap proporsi kumulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.

(5). Menghitung nilai skala dengan rumus *method of succesive interval*.

$$\text{Means Of interval} = \frac{(\text{devensity at lower limit}) - (\text{devensity at Upper limit})}{(\text{Area Under Upper Limit}) - (\text{Area Under Lower Limit})}$$

Keterangan :

Means of interval : Rata-rata interval

Density at lower limit : kepadatan batas bawah

Density at Upper limit : Kepadatan batas atas

Area under Upper limit : daerah dibawah batas atas

Area under Lower limit : daerah dibawah batas bawah

(6). Menetukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus :

Nilai Transformasi = Nilai Skala + I nilai skala $_{\text{minimum}}$ I + 1

2). Menentukan struktur hubungan antar variabel berdasarkan pada diagram pemikiran. Didalam melakukan analisis jalur harus dijelaskan hubungan antar varibel secara diagram jalur yang bentuknya ditentukan oleh proporsi teoritik yang berasal dari kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis penelitian (Nirwana SK sitepu 1994:15 dalam Umi Narimawati dkk 2011:48).

1). Analsis Regresi Linier Berganda

Analsis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Persamaan regresi yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

$$\mathbf{Y= \alpha + \beta 1X1 + \beta 2\ X2 + e}$$

Keterangan:

Y = keputusan pembelian
X_1 = kualitas produk
X_2 = harga
α = konstanta
β_1 = koefisien regresi variabel kualitas produk
β_2 = koefisien regresi variabel harga
e = pengganggu (*error*)

2). Analisis Korelasi

Menurut Sujana (1989: 152) Pengujian Korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel X dengan variabel Y dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi pearson dengan rumus :

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

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

r = koefisien korelasi X =Produk, Harga

Y = Keputusan Pembelian n = Jumlah responden

untuk mempermudah pengolahan yaitu dengan *SPSS 17.0 for windows*.

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada tabel 3.4 dibawah ini.

Tabel 3.8

Tingkat keeratan Korelasi

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0 – 0.20	sangat rendah (hampir tidak ada hubungan)
2	0,21 – 0,40	Korelasi yang lemah
3	0,41 – 0,60	Korelasi sedang
4	0,61 – 0,80	Korelasi cukup tinggi
5	0,81 – 1	Korelasi tinggi

Sumber : Syahri Alhusin, 2003:157 dalamUmi Narimawati 2011: 50

3). Analisis Koefisien Determinasi

Persentase peranan semua varibel bebas atas nilai variabel bebas ditunjukan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2).

Semakin besar nilainya maka menunjukan persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari perhitungan dari microsoft / SPSS atau secara manual didapat dari $R^2 = SS_{reg} / SS_{tot}$

$$\mathbf{Kd = r^2 \times 100\%}$$

Keterangan :

d : Koefisien determinasi

r : Koefisien Korelasi

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah seberapa besar pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian Soerabi PA'iS Bandung. Dengan memeperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi untuk mempermudah pengolahan data maka menggunakan bantuan alat yaitu *SPSS 17.0 for windows*.

Langkah-langkah dalam analisisnya sebagai berikut :

1). Pengujian secara simultan / total

Melakukan uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

(1). Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F = \frac{(n-k-1)R^2_{Y.X...}}{k\,(1-R^2_{Y.X...})}$$

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nnilai F- kritis dengan nilai F-Test yang terdapat pada tabel analisis Of variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan microsoft. Jika nilai $F_{hitung} > F_{kritis}$,maka H_o yang menyatakan bahwa variasi perubahan variabel bebas (Produk dan harga) tidak dapat menjelaskan perubahan

nilai variabel terikat (keputusan pembelian) ditolak dan sebaliknya.

Menurut Sudjana (2001:369) dalam Umi Narimawati (2011) perhitungan terhadap titik keeratan dan arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalh menggunkan uji korelasi. Kemudian dilakukan perhitungan terhadap koefisien yang disebut juga koefisien korelasi produk moment (*pearson*)

(2). Hipotesis

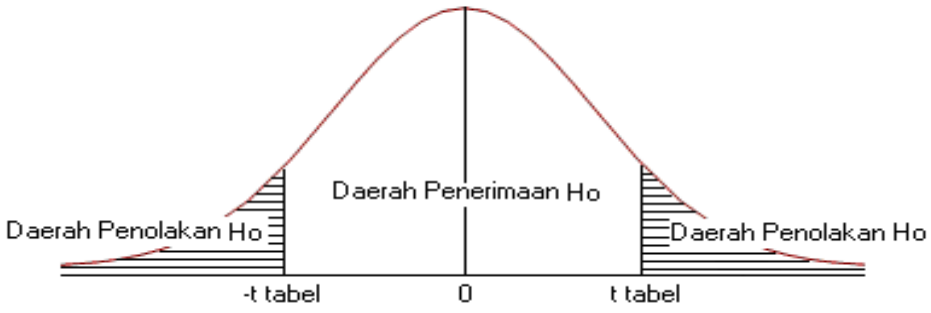
H_0 ; $\rho = 0$, Secara simultan kualitas produk dan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

H_1 ; $\rho \neq 0$, Secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

(3). Kriteria Pengujian

H_0 ditolak apabila F_{hitung} > dari pada F_{tabel} (a=0,05)

Penggambaran daerah penerimaan atau penolakan hipotesis dapat dijelaskan dengan gambar sebagai berikut:



Gambar 3.1
Skema Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Secara Simultan

Menurut Guilford (1956: 480) dalam Umi Narimawati dkk, bahwa tafsiran koefisien korelasi veriabel dalam penelitian dapat dikategorikan sebagai berikut :

Tabel 3.9

Kategori Korelasi Metode guilford

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0, 00 - 0,20	Sangat longgar / dapat diabaikan
0,21 - 0,40	Rendah
0,41 – 0,60	Moderat / cukup
0,61 – 0,80	Erat
0,81 – 1,00	Sangat Erat

Sumber : Umi Narimawati dkk,

Apabila pada pengujian secara simultan H_0 ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada sebuah ρyxi ≠ 0. Untuk mengetahui ρyxi tidak sama dengan 0, maka dilakukan pengujian secara parsial.

2). Pengujian secara Parsial

Melakukan uji – t, untuk menguji masing masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut :

(1). Rumus uji t yang digunakan adalah :

$$t_i = \frac{pYX1}{\sqrt{\frac{(1 - R^2XY \ldots Xk)CRii}{(n-k-1)}}} \quad I = 1,2,3,\ldots 5$$

Hasilnya dibandingkan dengan tabel t untuk derajat bebas n – k – l taraf signifikansi 5%

(2). Hipotesis

H_{01} ; $\rho = 0$, Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

H_{11} ; $\rho \neq 0$, Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

H_{02} ; $\rho = 0$, Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

H_{12} ; $\rho \neq 0$, Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

(3). Kriteria pengujian

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

Kriteria penarikan pengujian

Jika menggunakan tingkat pengujian (a=0,01) untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

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

2). Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ada didaerah penerimaan berarti Ha ditolak artinya antara varibel X dan variabel Y tidak ada hubungannya.



Gambar 3.2
Uji Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis
Sumber Sugiyono (2009: 185) dalam Umi narimawati dkk, 2011:54