BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban ataupun solusi dari permasalahan yang terjadi.

Menurut Sugiyono (2006:13) objek penelitian adalah sebagai berikut :

"Sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, *valid*, dan *reliable* tentang sesuatu hal (variabel tertentu)".

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa objek penelitian digunakan untuk mendapatkan data sesuai tujuan dan kegunaan tertentu yang objektif, *valid* dan *realible*. Objek penelitian yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah mengenai "Analisis Kualitas Produk dan Promosi Penjualan*)* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bisnis *Home Industry* Suhuf Kertaseni Nusantara Bandung**"**.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriftif dan verifikatif dengan pendekatan kualitatif. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang

diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2010:2) metode penelitian adalah:

> "Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu".

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat empat kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada kegiatan ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis.

Metode deskriptif menurut Sugiyono (2010:29) adalah sebagai berikut:

> "Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas".

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan rumusan masalah ke satu dan dua. Data yang dibutuhkan adalah data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada dan sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga data tersebut akan dikumpulkan, dianalisis dan diproses lebih lajut sesuai dengan teori-teori yang telah dipelajari, jadi dari data tersebut akan ditarik kesimpulan.

Sedangkan menurut Mashuri (2009:45) metode verifikatif adalah sebagai berikut:

> "Memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan".

Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel X_1 (Kualitas Produk) X_2 (Promosi Penjualan) terhadap Y (Keputusan Pembelian Konsumen). Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak.

3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian. Desain penelitian akan berguna bagi semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian, karena langkah dalam melakukan penelitian mengacu kepada desain penelitian yang telah dibuat.

Menurut Sugiyono (2008:13) menjelaskan proses penelitian dapat disimpulkan seperti teori sebagai berikut:

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

Berdasarkan proses penelitian yang telah dijelaskan diatas, maka desain pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Sumber masalah

   Membuat identifikasi masalah berdasarkan latar belakang penelitian sehingga mendapatkan judul sesuai dengan masalah yang ditemukan. Identifikasi masalah diperoleh dari adanya fenomena yang terjadi di masyarakat, yaitu adanya penurunan kualitas laporan keuangan daerah di mata masyarakat.

2. Rumusan masalah

   Rumusan masalah merupakan pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data. Berikut rumusan masalah:

   a. Bagaimana Kualitas Produk, Promosi penjualan, dan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bisnis *Home Industry* Suhuf Kertaseni Nusantara Bandung.

   b. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bisnis *Home Industry* Suhuf Kertaseni Nusantara Bandung.

   c. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bisnis *Home Industry* Suhuf Kertaseni Nusantara Bandung.

3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan

   Untuk menjawab rumusan masalah yang sifatnya sementara (berhipotesis), maka peneliti mengkaji teori-teori yang relevan dengan masalah dan berfikir. 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 menjawab masalah 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). Hipotesis yang dibuat dalam penelitian ini adalah pengaruh

Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bisnis *Home Industry* Suhuf Kertaseni Nusantara Bandung.

5. Metode penelitian

Dalam melakukan penelitian penulis menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Metode deskriptif digunakan untuk menjawab rumusan masalah pertama. Sedangkan metode verifikatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah kedua ketiga, yaitu Bagaimana pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Secar Simultan maupun parsial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bisnis *Home Industry* Suhuf Kertaseni Nusantara Bandung.

6. Menyusun instrumen penelitian

Setelah metode penelitian yang sesuai dipilih, maka peneliti dapat menyusun instrumen penelitian. Instrumen ini digunakan sebagai alat pengumpul data. Instrumen 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 reabilitasnya. Dimana validitas digunakan untuk mengukur kemampuan sebuah alat ukur dan reabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana pengukuran tersebut dapat dipercaya. Setalah data terkumpul maka selanjutnya dianalisis untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang diajukan dengan teknik statistik tertentu. Selanjutnya peneliti menganalisis dan mengambil sampel untuk melakukan penelitian mengenai:

a. Kualitas Produk dari data kuesioner yang akan diisi oleh Responden

b. Promosi Penjualan dari data kuesioner yang akan diisi oleh Responden

c. Keputusan Pembelian Konsumen dari kuesoner yang akan diisi oleh Responden

a. Selanjutnya penulis mulai menggunakan perhitungan dengan menggunakan MSI (*Method Succesive Interval*) untuk menaikkan skala ordinal menjadi interval, regresi linier berganda untuk membuktikan sejauh mana pengaruh yang diperlihatkan antara Bagaimana Analisis Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, Analisis Korelasi untuk meneliti erat tidaknya Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, koefisien determinasi untuk menilai besarnya pengaruh Analisis Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, dan t_{hitung} untuk menguji tingkat signifikan.

7. Kesimpulan

Kesimpulan adalah langkah terakhir berupa jawaban atas 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 dan verifikatif*	*Descriptive* dan *Survey*	Inspektorat	*Cross Sectional*
T-2	*Descriptive dan verikatif*	*Descriptive* dan *Survey*	Inspektorat	*Cross Sectional*

T-3	*Descriptive dan verikatif*	*Descriptive* dan *Survey*	Inspektorat	*Cross Sectional*
T-4	*Descriptive dan verikatif*	*Descriptive* dan *Survey*	Inspektorat	*Cross Sectional*

Dari tabel di atas dapat penulis uraikan sebagai berikut:

Tujuan penelitian pertama adalah :

a. Untuk mengetahui seberapa besar Hubungan Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, digunakan metode deskriptif dan verifikatif yaitu dengan cara mengumpulkan informasi dengan membuat instrumen kedua variabel dan menganalisis secara kualitatif dan kuantitatif serta melakukan uji hipotesis yang telah ditetapkan dengan menggunakan uji statistika.
b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen baik secara simultan maupun parsial digunakan metode deskriptif dan verifikatif yaitu dengan cara mengumpulkan informasi dengan membuat instrumen kedua variabel dan menganalisis secara kualitatif dan kuantitatif serta melakukan uji hipotesis yang telah ditetapkan dengan menggunakan uji statistika.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian.

Variabel itu sendiri dalam konteks penelitian menurut Sugiyono (2010:38) sebagai berikut:

> "Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh penelitiuntuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya."

Berdasarkan judul usulan penelitian yang telah dikemukakan diatas yaitu "Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bisnis *Home Industry* Suhuf Kertaseni Nusantara Bandung", maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Independen (X).

Sugiyono (2010:39) mendefinisikan variabel bebas adalah sebagai berikut:

> "Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)".

Dalam hal ini variabel bebas yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti adalah Promosi Penjualan. Dalam operasional variabel ini semua diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala Likert.

Adapun pengertian skala Likert menurut Sugiyono (2010:93) yaitu:

> "Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial."

2. Variabel Dependen (Y).

Menurut Sugiyono (2010:39) mendefinisikan variabel dependen adalah sebagai berikut:

"Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas".

Data yang menjadi variabel terikat adalah Akuntabilitas Publik. Selengkapnya mengenai operasionalisasi variabel dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel Pokok	**Konsep Variabel**	**Indikator**	**Satuan Ukuran**	**Skala Ukuran**
Kualitas Produk (X1)	" Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat". (Kotler,2002:67)	• Kinerja Produk *(Perfomance)* • Keistimewaan (*Features*) • Keandalan (*Realibility*) • Konformasi (*Conformanc*) • Daya tahan (*Durability*) • Kemampuan pelayanan (*service ability*) • Estetika (*Aesthrtic*) • Kualitas yang dirasakan (*Perceived quality*) Fandy Tjiptono (2005:130)	• Tingkat Manfaat • Tingkat Daya Tarik • Tingkat Manfaat • Tingkat Perhatian • Tingkat Manfaat • Tingkat Manfaat • Tingkat Daya tarik • Tingkat Manfaat	Ordinal

Promosi Penjualan (X2)	"Promosi penjualan terdiri atas alat insentif yang beraneka ragam, kebanyakan untuk jangka pendek, dirancang untuk merangsang pembelian produk tertentu lebih cepat dan atau lebih kuat oleh konsumen atau poedagang" Djaslim Saladin (2003:195),	• Kupon dan Potongan • Kontes dan Undian • Contoh Sampel dan Demontrasi • *Tie-In* dan Promosi *Cents-Off* • *Premiums* atau Bonus • Promosi berkesinambungan atau Promosi Berkelanjutan • Tema atau Promosi Even Sepesial Christina Widya Utami (2008:134)	• Tingkat promosi penjualan • Tingkat Keinginan • Tingkat ketertarikan • Tingkat pemajangan Produk • Tingkat Nilai tambah • Tingkat pencapaian • Tingkat kepercayaan	Ordinal
Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	"Promosi Penjualan adalah dorongan jangka pendek untuk pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa". Christina Widya Utami (2008:134)	• Pengenalan problem *(problem recognition)* • Pencarian informasi (*Information search*) • Evaluasi alternatif *(Validation of alternative*) • Keputusan pembelian (*Purchase decision*) • Perilaku pasca pembelian (*Post purchase behavior*) Kotler(2002:204)	▪ Tingkat Kebutuhan ▪ Tingkat Pencarian ▪ Tingkat Evaluasi ▪ Tingkat Pembelian ▪ Tingkat Respon	Ordinal

Dalam operasionalisasi variabel ini semua variabel menggunakan skala ordinal. Pengertian dari skala ordinal menurut Nur Indriantoro dan Bambang (2002:98) adalah sebagai berikut:

> "Skala ordinal adalah skala pengukuran yang tidak hanya menyatakan kategori, tetapi juga menyatakan peringkat *construct* diukur."

Berdasarkan pengertian diatas, maka skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal dengan tujuan untuk memberikan informasi berupa nilai pada jawaban. Variabel-variabel tersebut diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner berskala ordinal yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala likert.

Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan (positif) atau tidak mendukung pernyataan (negatif).

Tabel 3.3
***Scoring* Untuk Jawaban Kuesioner**

Jawaban Responden	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2010:94)

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan peneliti dalam penelitian mengenai "Kualitas Produk *(Quality Product)* dan Promosi Penjualan *(Sales Promotion)* Terhadap

Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bisnis *Home Industry* Suhuf Kertaseni Nusantara Bandung" adalah data sekunder dan primer.

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2010:137), mendefinisikan data primer adalah sebagai berikut:

"Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data."

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui cara menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, dalam hal ini pemimpin perusahaan *home industry*.

2.Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2010:137), mendefinisikan data sekunder adalah sebagai berikut:

"Sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen".

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Untuk menunjang hasil penelitian, maka peneliti melakukan pengelompokan data yang diperlukan kedalam dua golongan, yaitu:

1. Populasi

Sugiyono (2008:115) menjelaskan pengertian populasi adalah sebagai berikut:

"Wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan".

Berdasarkan definisi di atas, populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen yang berbelanja langsung produknya pada Suhuf Kertaseni sebelum dipasarkan keluar atau di distribusikan dan jumlahnya adalah 30 orang per bulan.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2010:81), menjelaskan definisi sampel adalah sebagai berikut:

"Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut".

Sampel pada penelitian ini adalah semua populasi konsumen yang membeli produk Kertasseni Suhuf Bandung.

a. Teknik *Sampling*

Penentuan jumlah sampel yang akan diolah dari jumlah populasi yang banyak, maka harus dilakukan teknik pengambilan *sampling* yang tepat. Pengertian teknik *sampling* menurut Sugiyono(2009:81) yaitu:

"Teknik *sampling* adalah merupakan teknik pengambilan sampel."

Untuk menentukan sampel yang akan diteliti terdapat berbagai teknik *sampling* yang dapat digunakan. Teknik yang akan digunakan oleh penulis sesuai

dengan judul adalah sampling jenuh atau Sensus. Adapun pengertian sampling jenuh menurut Sugiyono (2006:78) yaitu:

> "Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain sampling jenuh adalah sensus".

Berdasarkan dari pengertian tersebut, maka dapat diketahui bahwa sampling jenuh atau sensus teknik penentuan sampel dengan menggunakan semua anggota populasi, dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah seluruh jumlah populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebanyak 30 respondens pada Kertasseni Suhuf Bandung.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan dua cara, yaitu Penelitian Lapangan (*Field Research*) dan studi kepustakaan *(Library Reseach).* Pengumpulan data primer dan sekunder dilakukan dengan cara:

1. Penelitian Lapangan *(Field Research*)
   a. Metode pengamatan (*Observasi*), yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang sedang diteliti, diamati atau kegiatan yang sedang berlangsung. Dalam penulisan laporan ini, penulis mengadakan pengamatan langsung pada Kualitas Produk *(Quality Product)* dan Promosi Penjualan *(Sales Promotion)* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bisnis *Home Industry* Suhuf Kertaseni Nusantara Bandung.

b. Wawancara (*Interview*), yaitu teknik pengumpulan data yang diperoleh dengan cara tanya jawab langsung dengan pihak- pihak yang terkait langsung dan berkompeten dengan permasalahan yang penulis teliti.

c. Kuesioner, teknik kuesioner yang penulis gunakan adalah kuesioner tertutup, suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dan yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah Konsumen , dengan harapan mereka dapat memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.

2. Penelitian keputakaan (*Library Reseach)*

Penelitian ini dilakukan melalui studi kepustakaan atau studi literatur dengan cara mempelajari, meneliti, mengkaji serta menelah literatur berupa buku-buku (text book), peraturan perundang-undangan, majalah, surat kabar, artikel, situs web dan penelitian-penelitian sebelumnya yang memiliki hubungan dengan masalah yang diteliti. Studi kepustakaan ini bertujuan untuk memperoleh sebanyak mungkin teori yang diharapkan akan dapat menunjang data yang dikumpulkan dan pengolahannya lebih lanjut dalam penelitian ini.

Sebelum kuesioner digunakan untuk pengumpulan data yang sebenarnya, terlebih dahulu dilakukan uji coba kepada responden yang memiliki karakteristik yang sama dengan karakteristik populasi penelitian. Uji coba dilakukan untuk mengetahui tingkat kesahihan (validitas) dan kekonsistenan (reliabilitas) alat ukur penelitian, sehingga diperoleh item-item pertanyaan - pertanyaan yang layak untuk digunakan sebagai alat ukur untuk pengumpulan data penelitian.

3.2.4.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2010:2) valid adalah "Menunjukkan derajad ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti."

Berdasarkan definisi diatas, maka validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat *test* (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur. Suatu alat ukur disebut valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur.

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kesahihan setiap *item* pernyataan dalam mengukur variabelnya. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor masing-masing pertanyaan yang ditujukan kepada responden dengan total skor untuk seluruh *item*. Teknik korelasi yang digunakan untuk menguji validitas butir pernyataan dalam penelitian ini adalah korelasi *rank spearman*.

Apabila nilai koefisien korelasi butir *item* pernyataan yang diuji lebih besar dari 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa *item* pernyataan tersebut merupakan konstruksi *(construct)* yang valid. Dalam uji validitas ini, penulis menggunakan program *SPSS 18.0 for windows*.

Tabel 3.4

Hasil Pengujian Validitas Kuesioner Kualitas Produk

No	Nilai Validitas	Hasil
1	0,646	Valid

2	0,695	Valid
3	0,644	Valid
4	0,657	Valid
5	0,740	Valid
6	0,684	Valid
7	0,705	Valid
8	0,518	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

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.

Tabel 3.5

Hasil Pengujian Validitas Kuesioner Promosi penjualan

No	Nilai Validitas	Hasil
1	0,747	Valid
2	0,452	Valid
3	0,557	Valid
4	0,398	Valid
5	0,456	Valid
6	0,348	Valid
7	0,753	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Hasil pengujian validitas kuesioner penelitian untuk variabel bebas di atas menunjukan seluruh item pertanyaan variabel X2 (promosi penjualan) memiliki nilai r di atas 0,3. Dengan demikian, item-item pertanyaan variabel bebas dinyatakan valid.

Tabel 3.6

Hasil Pengujian Validitas Kuesioner Keputusan Pembelian Konsumen

No	Nilai Validitas	Hasil
1	0,662	Valid
2	0,536	Valid
3	0,343	Valid
4	0,834	Valid
5	0,643	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

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.

3.2.4.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2010:3) reliabiltas adalah "Derajad konsistensi / keajegan data dalam interval waktu tertentu."

Berdasarkan definisi diatas, maka relibilitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian, dan kekonsistenan. Suatu alat disebut reliabel apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek sama sekali diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah. Dalam hal ini relatif sama berarti tetap adanya toleransi perbedaan-perbedaan kecil diantara hasil beberapa kali pengukuran.

Pengujian ini dilakukan terhadap butir pertanyaan yang termasuk dalam kategori valid. Pengujian reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah

dengan *internal consistency*, yaitu dilakukan dengan cara mencobakan instrumen sekali saja, kemudian dianalisis dengan menggunakan suatu teknik perhitungan reliabilitas. Teknik yang digunakan untuk menguji keandalan kuesioner pada penelitian iniadalah metode *split-half* dari *Spearman-Brown* menurut Sugiono (2009:126) dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Butir-butir instrument di belah menjadi dua kelompok yaitu kelompok instrument ganjil dan genap.
2. Skor untuk masing-masing pertanyaan pada tiap belahan dijumlahkan sehingga menghasilkan dua skor total untuk masing-masing responden.
3. Mengkorelasikan skor total satu dengan skor total dua dengan analisis korelasi
4. Mencari reliabilitas untuk keseluruhan pertanyaan dengan rumus *Spearman Brown* sebagai berikut:

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

Sumber: Sugiyono (2008:186)

Keterangan :
r_i = reliabilitas internal seluruh instrumen
r_b = korelasi *product moment* antara belahan pertama dan kedua.

Tabel 3.7

Hasil Pengujian Reliabilitas Kuesioner Kualitas Produk

No	Nilai Reliabilitas	Hasil
1	0,757	Reliabel
2	0,757	Reliabel
3	0,757	Reliabel
4	0,757	Reliabel
5	0,757	Reliabel

6	0,757	Reliabel
7	0,757	Reliabel
8	0,757	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Hasil pengujian reliabiltas memiliki nilai *Split Half* di atas 0,700, yakni 0,757. Dengan demikian, item-item pertanyaan variabel kualitas produk dinyatakan reliabel.

Tabel 3.8

Hasil Pengujian Reliabilitas Kuesioner Promosi penjualan

No	Nilai Reliabilitas	Hasil
1	0,857	Reliabel
2	0,857	Reliabel
3	0,857	Reliabel
4	0,857	Reliabel
5	0,857	Reliabel
6	0,857	Reliabel
7	0,857	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Hasil pengujian reliabiltas memiliki nilai *Split Half* di atas 0,700, yakni 0,857. Dengan demikian, item-item pertanyaan variabel promosi penjualan dinyatakan reliabel.

Tabel 3.9

Hasil Pengujian Reliabilitas Kuesioner Keputusan Pembelian Konsumen

No	Nilai Reliabilitas	Hasil
1	0,902	Reliabel
2	0,902	Reliabel
3	0,902	Reliabel
4	0,902	Reliabel
5	0,902	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Hasil pengujian reliabiltas memiliki nilai *Split Half* di atas 0,700, yakni 0,902. Dengan demikian, item-item pertanyaan variabel keputusan pembelian konsumen dinyatakan reliabel.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis

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, 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 kualitatif dan metode kuantitatif.

3.2.5.1 Analisis Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2010:31) analisis kuantitatif adalah sebagai berikut :

> "Dalam penelitian kuantitatif analisis data menggunakan statistik. Statistik yang digunakan dapat berupa statistik deskriptif dan inferensial/induktif. Statistik inferensial dapat berupa statistik parametris dan statistik nonparametris. Peneliti menggunakan statistik inferensial bila penelitian dilakukan pada sampel yang dilakukan secara random. Data hasil analisis selanjutnya disajikan dan diberikan pembahasan. Penyajian data dapat berupa tabel, tabel ditribusi frekuensi, grafik garis, grafik batang, *piechart* (diagram lingkaran), dan pictogram. Pembahasan hasil penelitian merupakan penjelasan yang mendalam dan interpretasi terhadap data-data yang telah disajikan".

Adapun langkah-langkah analisis kuantitatif yang diuraikan diatas adalah sebagai berikut :

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut sugiyono, analisis linier regresi digunakan untuk melakukan prediksi bagaimana perubahan nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikan/diturunkan. (2004:149)

Penjelasan garis regresi menurut Andi Supangat (2007:325) yaitu:

> "Garis regresi (*regression line*/*line of the best fit*/*estimating line*) adalah suatu garis yang ditarik diantara titik-titik (*scatter diagram*) sedemikian rupa sehingga dapat dipergunakan untuk menaksir besarnya variabel yang satu berdasarkan variabel yang lain, dan dapat juga dipergunakan untuk mengetahui macam korelasinya (positif atau negatifnya)."

Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk membuktikan sejauh mana hubungan pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bisnis *Home Industry* Suhuf Kertaseni Nusantara Bandung.

Analisis regresi ganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai indikator. Analisis ini digunakan dengan melibatkan dua atau lebih variabel bebas antara variabel dependen (Y) dan variabel independen (X_1 dan X_2). Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

(Sumber: Sugiyono; 2009)

Dimana:

Y = variabel tak bebas (Kualitas Produk)

a = bilangan berkonstanta

b_1,b_2 = koefisien arah garis

X_1 = variabel bebas (Promosi Penjualan).

X_2 = variabel bebas (Keputusan Pembelian Konsumen).

Regresi linier berganda dengan dua variabel bebas X_1 dan X_2 metode kuadrat kecil memberikan hasil bahwa koefisien-koefisien a, b_1, dan b_2 dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sum y = na + b_1\sum X_1 + b_2\sum X_2$$

$$\sum X_1 y = a\sum X_1 + b_1\sum X_1^2 + b_2\sum X_1 X_2$$

$$\sum X_2 y = a\sum X_2 + b_1\sum X_1 X_2 + b_2\sum X_2^2$$

(sumber: Sugiyono,2009;279)

2. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linier antara dua variabel. Korelasi juga tidak menunjukkan hubungan fungsional. Dengan kata lain, analisis korelasi tidak membedakan antara variabel dependen dengan variabel independen. Dalam analisis regresi, analisis korelasi yang digunakan juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen selain mengukur kekuatan asosiasi (hubungan).

Sedangkan untuk mencari koefisien korelasi antara variabel X_1 dan Y, Variabel X_2 dan Y, X_1 dan X_2 sebagai berikut:

$$rx_1y = \frac{n\left(\sum x_1 y\right) - \left(\sum x_1 \sum y\right)}{\sqrt{\left[n\sum x_1^2 - \left(\sum x_1\right)^2\right]\left[n\sum y^2 - \left(\sum y\right)^2\right]}}$$

$$rx_2y = \frac{n\left(\sum x_2 y\right) - \left(\sum x_2 \sum y\right)}{\sqrt{\left[n\sum x_2^2 - \left(\sum x_2\right)^2\right]\left[n\sum y^2 - \left(\sum y\right)^2\right]}}$$

$$rx_1x_2 = \frac{n\left(\sum x_1 x_2\right) - \left(\sum x_1 \sum x_2\right)}{\sqrt{\left[n\sum x_1 x_2 - \left(\sum x_1\right)^2\right]\left[n\sum x_2^2 - \left(\sum y\right)^2\right]}}$$

(Sumber: Nazir 2003: 464)

Langkah-langkah perhitungan uji statistik dengan menggunakan analisis korelasi dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Koefisien korelasi parsial

Koefisien korelasi parsial antar X_1 terhadap Y, bila X_2 dianggap konstan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$rx_1y = \frac{rx_1y - rx_2y.rx_1x_2}{\sqrt{\left[1 - rx_2y^2\right]\left[1 - rx_1x_2^{\ 2}\right]}}$$

b. Koefisien korelasi parsial

Koefisien korelasi parsial antar X_2 terhadap Y, apabila X_1 dianggap konstan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$rx_2y = \frac{rx_2y - rx_1y.rx_1x_2}{\sqrt{\left[1 - rx_1y^2\right]\left[1 - rx_1x_2^{\ 2}\right]}}$$

c. Koefisien korelasi secara simultan

Koefisien korelasi simultan antar X_1 dan X_2 terhadap Y dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{12}y = \sqrt{\frac{ry_1^{\ 2} + ry_2^{\ 2} - 2ry_1.ry_2r_{12}}{\left(1 - r_{12}^2\right)}}$$

Besarnya koefisien korelasi adalah $-1 \leq r \leq 1$:

1) Apabila (-) berarti terdapat hubungan negatif.
2) Apabila (+) berarti terdapat hubungan positif.

Interprestasi dari nilai koefisien korelasi :

1) Kalau r = -1 atau mendekati -1, maka hubungan antara kedua variabel kuat dan mempunyai hubungan yang berlawanan (jika X naik maka Y turun atau sebaliknya).
2) Kalau r = +1 atau mendekati +1, maka hubungan yang kuat antara variabel X dan variabel Y dan hubungannya searah.

Sedangkan harga r akan dikonsultasikan dengan table interprestasi nilai r sebagai berikut :

Tabel 4.1
Pedoman untuk memberikan Interpretasi
Koefisien Korelasi

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

Sumber: Sugiono (2006:183)

3. Koefisiensi Determinasi

Analisis Koefisiensi Determinasi (KD) digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) yang dinyatakan dalam persentase.

Besarnya koefisien determinasi dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Sumber: Ridwan dan Sunarto (2007: 81)

Dimana :

KD = Seberapa jauh perubahan variabel Y dipergunakan oleh variabel X

r^2 = Kuadrat koefisien korelasi

3.2.5.2 Uji Hipotesis

Rancangan pengujian hipotesis ini dinilai dengan penetapan hipotesis nol dan hipotesis alternatif, penelitian uji statistik dan perhitungan nilai uji statistik, perhitungan hipotesis, penetapan tingkat signifikan dan penarikan kesimpulan.

Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis nol (H_o) tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan Hipotesis alternatif (H_a) menunjukkan adanya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

Rancangan pengujian hipotesis penelitian ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel independent yaitu Kualitas Produk (X_1) dan Promosi Penjualan (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bisnis *Home Industry* Suhuf Kertaseni Nusantara Bandung (Y), dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Penetapan Hipotesis

b. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang dikemukakan sebelumnya, maka dalam penelitian ini penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

1) Hipotesis parsial antara variabel bebas Kualitas Produk terhadap variabel Keputusan Pembelian Konsumen

Ho : Tidak terdapat pengaruh positif yang signifikan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Ha : Terdapat pengaruh positif yang signifikan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

2) Hipotesis parsial antara variabel bebas indepedensi Auditor terhadap variabel terikat Akuntabilitas Publik.

Ho : Tidak terdapat pengaruh positif yang signifikan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

Ha : Terdapat pengaruh positif yang signifikan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

3) Hipotesis secara keseluruhan antara variabel bebas Kualitas Produk dan Promosi Penjualan terhadap variabel terikat keputusan pembelian Konsumen.

H_o : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk dan Promosi Penjualan terhadap keputusan pembelian Konsumen.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk dan Promosi Penjualan terhadap keputusan pembelian Konsumen.

c. Hipotesis Statistik

a. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji Statistik t).

Dalam pengujian hipotesis ini menggunakan uji satu pihak (*one tail test*) dilihat dari bunyi hipotesis statistik yaitu hipotesis nol (H_0) : $\rho \leq 0$ dan hipotesis alternatifnya (H_1) : $\rho > 0$

Ho : $\rho \leq 0$: tidak berpengaruh positif terhadap variabel dan keputusan pembelian konsumen lebih kecil dari.

Ha : $\rho > 0$: Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap variabel dan keputusan pembelian konsumen lebih besar.

Ho : $\rho \leq 0$: Promosi Penjualan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen lebih kecil dari.

Ha : $\rho > 0$: Promosi Penjualan *(Sales Promotion*) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen lebih besar.

b. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji Statistik F).

Ho : $\rho = 0$: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk *(Quality Product)* dan Promosi Penjualan *(Sales Promotion*) terhadap keputusan pembelian konsumen.

Ha : $\rho \neq 0$:Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk *(Quality Product)* dan Promosi Penjualan *(Sales Promotion*) terhadap keputusan pembelian konsumen.

2. Menentukan Tingkat Signifikan

Ditentukan dengan 5% dari derajat bebas (dk) = n – k – l, untuk menentukan t_{tabel} sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis. Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 atau 5% karena dinilai cukup untuk mewakili hubungan variabel – variabel yang diteliti dan merupakan tingkat signifikasi yang umum digunakan dalam suatu penelitian.

a. Menghitung nilai t_{hitung} dengan mengetahui apakah variabel koefisien korelasi signifikan atau tidak dengan rumus :

$$t_1 = r_1 y \sqrt{\frac{n-k-1}{(1-r_1 y^2)}} \text{ dan } t_2 = r_2 y \sqrt{\frac{n-k-1}{(1-r_2 y^2)}}$$

Dimana :

r = Korelasi parsial yang ditentukan

n = Jumlah sampel

t = t_{hitung}

b. Selanjutnya menghitung nilai F_{hitung} sebagai berikut :

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

Dimana:

R = koefisien kolerasi ganda

K = jumlah variabel independen

n = jumlah anggota sampel

3. Menggambar Daerah Penerimaan dan Penolakan

Untuk menggambar daerah penerimaan atau penolakan maka digunakan kriteria sebagai berikut :

a. Hasil t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dengan kriteria :

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

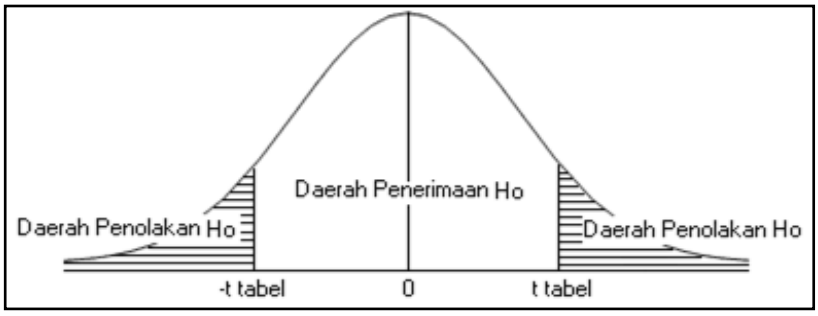
3) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada pengaruhnya.

4) t hitung; dicari dengan rumus perhitungan t hitung, dan

5) t tabel; dicari di dalam tabel distribusi t *student* dengan ketentuan sebagai berikut, $\alpha = 0{,}05$ dan dk = (n-k-1) atau 24-2-1=21

b.Hasil Fhitung dibandingkan dengan F_{tabel} dengan kriteria :

1) Tolak ho jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada alpha 5% untuk koefisien positif.
2) Tolak Ho jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada alpha 5% untuk koefisien negatif.
3) Tolak Ho jika nilai F-sign $< \alpha$),05.



Gambar 3.1
Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis

4. Penarikan Kesimpulan

Daerah yang diarsir merupakan daerah penolakan, dan berlaku sebaliknya. Jika t_{hitung} dan F_{hitung} jatuh di daerah penolakan (penerimaan), maka Ho ditolak (diterima) dan Ha diterima (ditolak). Artinya koefisian regresi signifikan (tidak signifikan). Kesimpulannya, kualitas produk dan promosi penjualan berpengaruh (tidak berpengaruh) terhadap keputusan pembelian konsumen. Tingkat signifikannya yaitu 5 % (α = 0,05), artinya jika hipotesis nol ditolak (diterima) dengan taraf kepercayaan 95 %, maka kemungkinan bahwa hasil dari penarikan kesimpulan mempunyai kebenaran 95 % dan hal ini menunjukan adanya (tidak adanya pengaruh yang meyakinkan (signifikan) antara dua variabel tersebut.