# BAB III

# OBJEK DAN METODE PENELITIAN

## 3.1. Objek Penelitian

Sebelum peneliti melakukan penelitian, harus ditentukan terlebih dahulu apa yang menjadi objek penelitiannya. Dengan begitu pembahasannya nanti hanya akan difokuskan pada apa yang menjadi objek penelitiannya.

Penjelasan objek penelitian menurut Sugiyono (2010:41) yaitu "sebelum peneliti memilih variabel apa yang akan diteliti perlu melakukan studi pendahuluan terlebih dahulu pada objek yang akan yang diteliti. Jangan sampai terjadi membuat rancangan penelitian dilakukan dibelakang meja, dan tanpa mengetahui terlebih dahulu permasalahan yang ada di objek penelitian."

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa objek penelitian adalah hal atau perkara yang menjadi pokok sasaran atau tujuan yang akan diteliti oleh peneliti. Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih maka objek penelitian yang akan diteliti oleh penulis adalah pengaruh penetapan harga dan kualitas produk serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada *furniture* Olympic di CV. Suka Damai Soreang yang berlokasi di Jl. Raya Sadu No.206 B Soreang Kab. Bandung.

## 3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Dengan

menggunakan metode penelitian akan diketahui hubungan yang signifikan antar variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Menurut Umi Narimawati (2008:9) Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis.

Menurut Sugiyono (2010:2) mengemukakan metode penelitian bahwa "Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu."

Pengertian metode deskriptif yang dikemukakan oleh Sugiyono (2010:29) bahwa "Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas".

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa metode deskriptif adalah metode penelitian yang menjabarkan hasil penelitian lebih luas dan tidakterikat oleh jumlah angka atau bilangan.

Sedangkan menurut Masyhuri dan M. Zainudin (2009:45) pengertian metode verifikatif adalah sebagai berikut:

"Metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telahdilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan."

Adapun tujuan penelitian Deskriptif menurut Husein Umar (2004:47) yaitu untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu.

Pendekatan kuantitatif menurut Mudjarad Kuncoro (2001:102) "Pendekatan ilmiah terhadap pengambilan keputusan manajerial dan ekonomi dimana pendekatan ini terdiri atas perumusan masalah, mencari solusi, menguji solusi, menganalisa hasil dan mengimplemasikan hasil".

Tujuan dari metode kuantitatif yaitu membuat suatu uraian secara sistematis mengenai faktor-faktor dan sifat-sifat dari objek yang diteliti kemudian menggabungkan antar variabel yang terlibat didalamnya

Berdasarkan pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Cara ilmiah didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, data yang diperoleh adalah data empiris, tujuannya untuk membuktikan data yang diperoleh terhadap informasi tertentu, dan kegunaannya untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa metode verifikatif adalah metode yang menguji kembali penelitian yang sudah dilakukan untuk mengatasi masalah serupa di tempat yang berbeda.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel X terhadap Y yang diteliti. Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak.

Metode penelitian yang akan digunakan penulis untuk mengumpulkan data adalah metode deskriptif analisis dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2010:8) metode penelitian kuantitatif adalah sebagai berikut :

> "Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada sample filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan."

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan data yang berbentuk bilangan atau angka yang dilakukan untuk ruang lingkup tertentu.

### 3.2.1. Desain Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian sangat perlu dilakukan perencanaan dan perancangan penelitian agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis.

Menurut Husen Umar dalam bukunya "Metodelogi penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis (2005:30)" adalah sebagai berikut: "Desain penelitian adalah semua proses yang dilakukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian".

Menurut Jonathan Sarwono (2006:27) bahwa:

“Desain penelitian bagaikan alat penuntun bagi peneliti dalam melakukan proses penentuan instrumen pengambilan data, penentuan sampel, koleksi data dan analisisnya.”

Lebih jelasnya lagi Jonathan Sarwono (2006:79) mengibaratkan desain penelitian :

”Bagaikan sebuah peta jalan bagi peneliti yang menuntun serta menentukan arah berlangsungnya proses penelitian secara benar dan tepat sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.”

Sedangkan menurut Nazir (2005:84) desain penelitian adalah:

”Semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Dalam pengertian yang lebih sempit, desaian penelitian hanya mengenai pengumpulan dan analisis data saja.”

Untuk menggambarkan secara keseluruhan alur penelitian ini peneliti membuat suatu desain penelitian. Adapun tahap-tahap yang akan dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menetapkan judul dan fenomena penelitian, selanjutnya menetapkan judul penelitian.
2. Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi. Dalam penelitian ini permasalahan yang berhasil diidentifikasi antara lain adalah harga, kualitas produk dan keputusan pembelian melalui hipotesis yang peneliti ambil.
3. Menetapkan rumusan masalah. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : Seberapa besar pengaruh harga dan kualitas produk penelitian

secara simultan maupun parsial terhadap pengambilan keputusan pembelian dalam membeli *furniture* Olympic di CV. Suka Damai.

4. Menetapkan tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan metode verifikatif dengan pendekatan kuantitatif.
5. Menetapkan hipotesis penelitian, berdasarkan fenomena dan dukungan teori. Hipotesis penelitian ini adalah pengaruh harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dalam *furniture* Olympic di CV. Suka Damai.
6. Menetapkan konsep variabel sekaligus pengukuran variabel penelitian yang digunakan. Melihat dan menganalisis data-data yang telah diperoleh serta menguji kebenaran hipotesis, baik secara manual maupun menggunakan komputer.
7. Menetapkan sumber data, teknik penentuan sampel dan teknik pengumpulan data. Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder.
8. Melakukan analisis data. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan Verifikatif, serta analisis regresi berganda.
9. Melakukan pelaporan hasil penelitian

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat digambarkan desain dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

**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 yang melakukan keputusan pembelian pada furniture Olympic di CV. Suka Damai Soreang.* | *Cross Sectional* |
| T-2 | *Descriptive* | *Descriptive dan Survey* | *Konsumen yang melakukan keputusan pembelian pada furniture Olympic di CV. Suka Damai Soreang.* | *Cross Sectional* |
| T-3 | *Descriptive* | *Descriptive dan Survey* | *Konsumen yang melakukan keputusan pembelian pada furniture Olympic di CV. Suka Damai Soreang.* | *Cross Sectional* |
| T-4 | *Descriptive dan Verifikatif* | *Descriptive dan Explantory Survey* | *Konsumen yang melakukan keputusan pembelian pada furniture Olympic di CV. Suka Damai Soreang.* | *Cross Sectional* |

### 3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Untuk mempermudah mendapatkan data yang diperoleh bagi penilaian. Masalah yang diteliti perlu adanya operasional variabel. Operasionalisasi variabel yaitu memecah variabel-variabel yang terkandung dalam masalah tersebut diatas menjadi bagian-bagian yang paling kecil, sehingga dapat diketahui klasifikasi ukuranya.

Variabel dibagi menjadi dua, yaitu variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent). Menurut Husein Umar dalam bukunya (2005 : 30) "**Metode penelitian untuk skripsi dan tesisi bisnis**", adalah sebagai berikut:

"Variabel independent (bebas) adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain, sedangkan variabel dependent

(tergantung) adalah variabel yang dijelaskan atau yang dipengaruhi oleh variabel independent".

Sesuai dengan judul usulan penelitian, yang penulis sajikan Penetapan harga dan Kualitas produk serta pengaruhnya terhadap Keputusan pembelian konsumen pada CV. Suka Damai Soreang. Maka penulis menggunakan 2 variabel independent dan 1 variabel dependent, yaitu :

1. Variabel independent (X1) dalam penelitian ini adalah Penetapan harga.
2. Variabel independent (X2) dalam penelitian ini adalah Kualitas produk.
3. Variabel dependent (Y) dalam penelitian ini adalah Keputusan pembelian

**Tabel 3.2**
**Tabel Operasional Variabel**

| Variabel | Konsep Variabel | Indikator | Ukuran | Skala |
|---|---|---|---|---|
| Penetapan harga (X1) | Harga adalah sejumlah uang sebagai alat ukur untuk memperoleh produk atau jasa. (Djaslim Saladin, 2010:95) | • Kesesuaian harga dengan manfaat produk<br>• Kesesuaian harga dengan pendapatan/uang saku yang diterima<br>• Kesesuaian harga dengan kualitas produk | • Tingkat penetapan harga produk<br>• Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat<br>• Tingkat kesesuaian harga dengan pendapatan<br>• Tingkat kesesuaian harga dengan harapan pelanggan<br>• Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk | ORDINAL |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Kualitas produk (X2) | Kualitas produk merupakan upaya konsumen mengevaluasi secara menyeluruh terhadap kehandalan dan superioritas *performance* produk atau jasa tertentu (Keni, 2000:45) | • Kinerja (Performance)<br>• Ciri-ciri atau keistimewaan (features)<br>• Kehandalan (Reliability)<br>• Daya tahan (Durability)<br>• Serviceability<br>• Estetika (Daya Tarik)<br>• Conformance to specifications<br>• Kualitas yang dipersepsikan | • Tingkat kinerja produk<br>• Tingkat kemudahan penggunaan produk<br>• Tingkat fitur-fitur yang diberikan produk<br>• Tingkat kemenarikan fitur produk dengan fitur produk lain<br>• Tingkat kehandalan produk<br>• Tingkat daya tahan produk<br>• Tingkat kenyamanan produk<br>• Tingkat layanan servis yang diberikan<br>• Tingkat ketertarikan produk<br>• Tingkat ketertarikan produk dengan produk lain<br>• Tingkat standar produk<br>• Tingkat kesesuaian kualitas dengan harga | ORDINAL |
| Keputusan pembelian (Y) | Keputusan pembelian adalah pilihan akhir yang dilakukan oleh konsumen dalam | • Pengenalan kebutuhan masalah | • Tingkat penyediaan kebutuhan | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | memenuhi keinginan atau kebutuhannya. (Dewi Urip Wahyuni, 2008) | • Pencarian informasi<br><br>• Penilaian alternatif<br><br>• Keputusan membeli<br><br>• Perilaku pasca pembelian | • Tingkat kebutuhan<br>• Tingkat pencarian informasi<br>• Tingkat kelanjutan pencarian informasi<br>• Tingkat alternatif pilihan<br>• Tingkat pencarian alternatif lain<br>• Tingkat dorongan untuk membeli<br>• Tingkat keyakinan keputusan<br>• Tingkat kepuasan pembelian<br>• Tingkat kesediaan merekomendasikan produk | ORDINAL |

Penetapan variabel penelitian adalah:

a. Variabel bebas (Variabel Independent)

   X1: *Penetapan Harga*

   X2 : *Kualitas produk*

b. Variabel tidak bebas (Variabel Dependent)

   Y: *Keputusan pembelian Konsumen*

Variabel X merupakan variabel Independent yang mempengaruhi Y, sedangkan Y merupakan variabel Dependent terhadap variabel X.

### 3.2.3. Sumber Dan Teknik Penentuan Data

#### 3.2.3.1.Sumber Data (Primer dan Sekunder)

Penulis melakukan penelitian ini untuk mendapatkan data mengenai objek yang akan diteliti, data tersebut dapat dikelompokkan kedalam dua jenis data :

- **Data Primer**

  Data primer merupakan data yang diambil langsung dari responden secara langsung yang dikumpulkan melalui survei lapangan dengan menggunakan teknik pengumpulan tertentu yang dibuat untuk itu (Umi Narimawati 2007:76).

- **Data Sekunder**

  Data Sekunder merupakan data penunjang yang digunakan untuk mendukung penelitian, dalam penelitian ini meliputi informasi mengenai karakteristik organisasi, jumlah karyawan, data hasil evaluasi karyawan, penelitian terdahulu, serta materi perkuliahan yang berhubungan dengan objek data yang akan diteliti oleh penulis. (Umi Narimawati 2007:76)

#### 3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

**1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2009:115), populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya". Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang ke CV. Suka Damai Soreang yang berjumlah 85 konsumen.

**2. Sampel**

Menurut Sugiyono (2009:116), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik yang di ambil dalam penelitian dilakukan dengan teknik penarikan accidental Sampling.

Menurut Sugiyono (2005:77), teknik penarikan *accidental sampling* yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data ".

Adapun yang menjadi sampel yang digunakan untuk pengukuran kuesioner adalah konsumen CV. Suka Damai Soreang. Sedangkan untuk menentukan jumlah ukuran sampel (n) / (jumlah responden) ditentukan dengan menggunakan rumus slovin karena jumlah populasi yang ada diketahui. Berikut ini rumus slovin yang dikutip oleh Umar (2002:141) :

Rumus:

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

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen kelonggaran ketidak teliti karena kesalahan pengambilan sampel dalam penelitian ini diambil e = 0.05

Dengan menggunakan tingkat kesalahan 10%, maka ukuran sampel penelitian dapat dihitung sebagai berikut :

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

$$n = \frac{85}{1 + 85(0{,}1)^2}$$

$$n = \frac{85}{1{,}85}$$

$$n = 45{,}95$$

$$n = 46$$

Karena jumlah sampel adalah 45,95 berarti anggota populasi yang diambil sebagai sampel adalah sebanyak 46 orang responden.

### 3.2.4. Teknik Pengumpulan Data (Observasi, Kuesioner, Wawancara, Dokumentasi)

Teknik pengumpulan data adalah cara bagaimana agar data yang diperlukan dalam penelitian dapat diperoleh. Berkaitan dengan hal tersebut maka metode pengumpulan data yang dipergunakan pada penelitian ini adalah:

1. Observasi (pengamatan)

   yaitu, dilakukan dengan meninjau dan melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti.
2. Wawancara, yaitu melakukan tanya jawab atau berkomunikasi secara langsung dengan pihak-pihak yang bertanggung jawab mengenai masalah-masalah yang terjadi di perusahaan.

3. Dokumentasi

   Yaitu Pengumpulan data dilakukan dengan menelaah Yaitu teknik pengumpulan data sekunder dengan cara mempelajari buku, majalah, atau jurnal, guna memperoleh informasi yangberhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.

4. Angket *(Kuesioner)*

   Kuesioner merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawab, berupa daftar pertanyaan yang dibuat dengan metode pertanyaan terstruktur (tertutup dan terbuka) kepada 46 responden tentang variabel Harga, Kualitas produk,dan Keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner sebagai data penelitian.Sebelum kuesioner atau instrument penelitian disebarkan kepada responden terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Pengujian validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya alat ukur yang digunakan, sedangkan pengujian reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya.

**3.2.4.1 Uji Validitas**

Menurut Sugiyono (2009:173) tentang validitas adalah :

"Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur". Jadi suatu penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

Uji validitas dalam penelitian ini akan menggunakan korelasi pearson (*Product Moment Pearson*). Uji validitas ini perlu dilakukan guna mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar mengukur apa yang perlu diukur. Uji validitas dimaksudkan sebagai ukuran seberapa cermat suatu uji melakukan fungsi sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Pengukuran ini digunakan karena penyusunan angket penelitian ini dilakukan dengan mendasarkan atas konstruksi teoritik masing-masing variabel penelitian. Kemudian dari variabel penelitian tersebut dicari indikatornya, selanjutnya dijabarkan pada setiap item dalam angket.

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

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

Keterangan:

r = Nilai Korelasi Pearson

$\Sigma X$ = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel X

$\Sigma Y$ = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel Y

$\Sigma XY$ = Jumlah dari Hasil Kali Pengamatan Variabel X dan Variabel Y

$\Sigma X^n$ = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel X yang Telah Dikuadratkan

$\Sigma Y^n$ = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel Y yang Telah Dikuadratkan

Apabila r lebih besar atau sama dengan 0,30, maka item tersebut dinyatakan valid. Hal ini berarti, instrumen penelitian tersebut memiliki derajat ketepatan dalam mengukur variabel penelitian, dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Tetapi apabila $r_s$ lebih kecil dari 0,30, maka item tersebut dinyatakan tidak valid, dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis berikutnya atau instrumen tersebut dihilangkan dari pengukuran variabel. Pengujian validitas dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS, dengan menelaah nilai *Pearson correlation*. Setelah ditemukan bahwa pernyataan-pernyataan (butir) yang digunakan penelitian ini valid, maka selanjutnya pernyataan yang dinyatakan valid diuji reliabilitasnya.

Hasil pengujian validitas kuesioner Penetapan Harga dapat dilihat pada Tabel 3.3 berikut ini.

**Tabel 3.3**
**Hasil Pengujian Validitas Variabel Penetapan Harga**

| No | Koefisien Validitas | Hasil |
|---|---|---|
| 1 | 0.542 | Valid |
| 2 | 0.748 | Valid |
| 3 | 0.780 | Valid |
| 4 | 0.768 | Valid |
| 5 | 0.626 | Valid |

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2012

Hasil pengujian validitas kuesioner penelitian untuk variabel Penetapan Harga di atas menunjukan seluruh item pertanyaan variabel $X_1$ (Penetapan Harga) memiliki nilai r di atas 0,3. Dengan demikian, item-item pertanyaan variabel Penetapan Harga dinyatakan valid.

Hasil pengujian validitas Variabel Kualitas Produk dapat dilihat pada Tabel 3.4 berikut ini.

**Tabel 3.4**

**Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk**

| No | Koefisien Validitas | Hasil |
|---|---|---|
| 1 | 0.613 | Valid |
| 2 | 0.666 | Valid |
| 3 | 0.801 | Valid |
| 4 | 0.495 | Valid |
| 5 | 0.497 | Valid |
| 6 | 0.589 | Valid |
| 7 | 0.448 | Valid |
| 8 | 0.643 | Valid |
| 9 | 0.692 | Valid |
| 10 | 0.585 | Valid |
| 11 | 0.672 | Valid |
| 12 | 0.598 | Valid |

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2012

Hasil pengujian validitas kuesioner penelitian untuk variabel Kualitas Produk di atas menunjukan seluruh item pertanyaan variabel $X_2$ (Kualitas Produk) memiliki nilai r di atas 0,3. Dengan demikian, item-item pertanyaan variabel Kualitas Produk dinyatakan valid.

Hasil pengujian validitas Variabel Keputusan Pembelian dapat dilihat pada Tabel 3.5 berikut ini.

**Tabel 3.5**

**Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian**

| No | Koefisien Validitas | Hasil |
|---|---|---|
| 1 | 0.439 | Valid |
| 2 | 0.596 | Valid |
| 3 | 0.708 | Valid |
| 4 | 0.642 | Valid |
| 5 | 0.636 | Valid |

| | | |
|---|---|---|
| 6 | 0.769 | Valid |
| 7 | 0.713 | Valid |
| 8 | 0.720 | Valid |
| 9 | 0.715 | Valid |
| 10 | 0.748 | Valid |

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2012

Hasil pengujian validitas kuesioner penelitian untuk variabel Keputusan Pembelian Konsumen di atas menunjukan seluruh item pertanyaan variabel Y (keputusan pembelian konsumen) memiliki nilai r di atas 0,3. Dengan demikian, item-item pertanyaan variabel Keputusan Pembelian Konsumen dinyatakan valid.

### 3.2.4.2 Pengujian Reliabilitas

Setelah melakukan pengujian validitas butir pertanyaan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas untuk menguji kehandalan atau kepercayaan alat pengungkapan dari data. Dengan diperoleh nilai r dari uji validitas yang menunjukkan hasil indeks korelasi yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara dua belahan instrumen. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *Split Half Method* (*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 (berdasarkan pemilihan genap-ganjil). Cara kerjanya adalah sebagai berikut :

- Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II
- Skor untuk masing–masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II

- Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II
- Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_1 = \frac{2r_b}{1+r_b}$$

Keterangan :

$r_1$ = reliabilitas internal seluruh item

$r_b$ = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

Keputuasan pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan taraf signifikan 5 % satu sisi adalah :

1. Jika $t_{hitung}$ lebih dari atau sama dengan $t_{0,05}$ dengan taraf signifikan 5 % maka instrumen dinyatakan reliabel dan dapat digunakan
2. Jika $t_{hitung}$ kurang dari $t_{0,05}$dengan taraf signifikan 5% satu sisi maka instrumen dinyatakan tidak reliabel dan tidak dapat digunakan.

Hasil uji validitas dengan menggunakan program SPSS.

Sekumpulan butir pertanyaan dalam kuesioner dapat diterima jika memiliki nilai koefisien reliabilitas lebih besar atau sama dengan 0,7.

**Tabel 3.6**
**Standar Penilaian Koefisien Validitas dan Reliabilitas**

| Criteria | Reliability | Validity |
|---|---|---|
| Good | 0,80 | 0,50 |
| Acceptable | 0,70 | 0,30 |
| Marginal | 0,60 | 0,20 |
| Poor | 0,50 | 0,10 |

***Sumber: Barker et al, 2002; 70***

Adapun hasil uji reliabel dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 3.7 berikut ini.

**Tabel 3.7**
**Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel | Cronbach Alpha | Status |
|---|---|---|
| Motivasi ($X_1$) | 0.804 | Reliabel |
| Persepsi Konsumen ($X_2$) | 0.879 | Reliabel |
| Keputusan Pembelian (Y) | 0.929 | Reliabel |

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2012

Hasil pengujian reliabiltas memiliki nilai *Split Half* di atas 0,700, yakni variabel Penetapan Harga ($X_1$) sebesar 0.804 sedangkan variabel Kualitas Produk ($X_2$) sebesar 0.879 dan variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0.929. Dengan demikian, item-item pertanyaan variabel Penetapan Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian dinyatakan reliabel.

### 3.2.4.3 Uji MSI (data ordinal ke interval)

Teknik analisis *Structural Equation Model* (SEM) memerlukan syarat bahwa data mempunyai tingkat pengukuran sekurang-kurangnya interval. Oleh karena itu data yang memiliki tingkat pengukuran ordinal harus ditransformasikan menjadi interval. Untuk mengubah tingkat pengukuran dari ordinal menjadi interval dilakukan melalui *Methode Succesive Interval* (MSI) dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Berdasarkan jawaban responden, untuk setiap pernyataan, hitung frekuensi setiap jawaban.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, hitung proporsi setiap jawaban.

3. Berdasarkan proporsi tersebut, untuk setiap pernyataan, hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Untuk setiap pernyataan, tentukan nilai batas untuk Z pada setiap pilihan jawaban.
5. Hitung nilai numerik pengskalaan (*scala value*) untuk setiap pilihan jawaban melalui rumus sebagai berikut ini :

$$Scala\ Value = \frac{Density\ at\ Lower\ Limit - Density\ at\ Upper\ Limit}{Area\ at\ Below\ Upper\ Limit - Area\ at\ Below\ Lower\ Limit}$$

6. Hitung skor (nilai hasil transformasi) untuk setiap pilihan jawaban dengan persamaan berikut :

$$Score = Scale\ Value + Scale\ Value\ Minimum + 1$$

### 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, 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) dan Verifikatif (kuantitafif).

#### 3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif/ Kualitatif

Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana pengaruh pelaksanaan penetapan harga, kualitas produk dan keputusan pembelian.

a. Setiap indikator yang dinilai oleh responden, diklasifikasikan dalam lima alternatif jawaban yang menggambarkan peringkat jawaban.
b. Dihitung total skor setiap variabel/subvariabel = jumlah skor dari seluruh indikator variabel untuk semua jawaban responden.
c. Dihitung skor setiap variabel/subvariabel = rata-rata dari total skor.
d. Untuk mendeskripsikan jawaban responden, juga digunakan statistik deskriptif seperti distribusi frekuensi dan tampilan dalam bentuk tabel ataupun grafik.
e. Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian ini, digunakan tentang kriteria penilaian sebagai berikut:

$$\frac{Skor\ aktual}{Skor\ ideal} x100\%$$

Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atau kuesioner yang telah diajukan. 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 3.8 berikut:

**Tabel 3.8**
**Kriteria Presentase Tanggapan Responden**

| No. | % Jumlah Skor | Tingkat kriteria |
|---|---|---|
| 1 | **20.00% - <36.00%** | Tidak Sesuai / Tidak Baik |
| 2 | **36.01% - <52.00%** | Kurang Sesuai / Kurang Baik |
| 3 | **52.01% - <68.00%** | Cukup Sesuai / Cukup Baik |
| 4 | **68.01% - <84.00%** | Sesuai / Baik |
| 5 | **84.01% - <100%** | Sangat Sesuai / Sangat Baik |

### 3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu diingatkan skala pengukurannya menjadi skala interval melalui "*Method of Successive Interval*" (Hays, 1969:39). Dan selanjutnya dilakukan olah data analisis regresi, korelasi dan determinasi

Adapun metode analisis yang digunakan adalah :

**1. Transformasi Data Dari Skala Ordinal menjadi Skala Interval**

Untuk langkah-langkah untuk melakukan transformsi data dari skala ordinal menjadi interval melalui *Methode Succesive Interval* (MSI), adalah sebagai berikut :

a. Ambil data ordinal hasil kuesioner
b. Untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya
c. Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data >30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal
d. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukkan nilai Z pada rumus distribusi normal
e. Menghitung nilai skala dengan rumus *Method of Succesive Interval*

$$Means\ of\ Interval = \frac{(Density\ at\ Lower\ Limit) - (Density\ at\ Upper\ Limit)}{(Area\ Under\ Upper\ Limit) - (Area\ Under\ Lower\ Limit)}$$

*Mean of Interval* : Rata-rata interval

*Density at Lower Limit* : Kepadatan atas bawah

*Density at Upper Limit* : Kepadatan batas atas

*Area Under Upper Limit* : Daerah di bawah atas

*Area Under Lower Limit* : Daerah di bawah atas bawah

f. Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus:

Nilai Transformasi = Nilai skala + |Nilai Skala Minimum|_1

**2. Analisis Regresi Berganda**

Analisis Regresi Linier Berganda bertujuan untuk mengetahui derajat atau kekuatan pengaruh penetapan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara bersamaan.

Persamaan Regresi Linier Berganda adalah:

$$\mathbf{Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \ldots + \beta_n X_n + \varepsilon}$$

Dimana :

Y = variabel dependen

X1, X2 = variabel independen

A = konstanta

β 1, β 2 = koefisien masing-masing factor

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah penetapan harga ($X_1$) dan kualitas produk ($X_2$), sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian konsumen (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya:

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

Dimana:

Y = Keputusan pembelian

α = Konstanta dari persamaan regresi

β1 = Koefisien regresi dari variable X1, penetapan harga

β2= Koefisien regresi dari variable X2, kualitas produk

X1= Penetapan Harga

X2= Kualitas produk

**3. Analisis Korelasi**

Setelah data terkumpul berhasil diubah menjadi data interval, maka langkah selanjutnya menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product moment Method* atau dikenal dengan rumus *pearson* (Sugiyono, 2009:183), yaitu :

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

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

r = koefisien korelasi

x = penetapan harga, kualitas produk

z = keputusan pembelian konsumen

n = jumlah konsumen

Untuk melihat tingkat ke-eratan korelasi digunakan acuan pada Tabel 3.9 dibawah ini :

**Tabel 3.9**
**Tingkat Keeratan Korelasi**

| Interval Koefisien | Tingkat Keeratan |
|---|---|
| 0 - 0,20 | Sangat rendah |
| 0,21 - 0,40 | Korelasi yang lemah |
| 0,41 - 0,60 | Korelasi sedang |
| 0,61 - 0,80 | Cukup tinggi |
| 0,81 – 1 | Korelasi tinggi |

**Sumber : Syahri Alhusin (2003:157)**

**4. Analisis Determinasi**

Persentase peranan semua variable bebas atas nilai variable bebas ditunjukan 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 $R^2$=SSreg/SStot. Dalam hal ini ada dua analisis koefisien yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda and analisis koefisien determinasi parsial.

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variable X1 dan variable X2 terhadap Y (Pengaruh penetapan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen) secara simultan maka penulis akan menggunakan analisis koefisien determinasi yang diperoleh dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu:

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

Keterangan : KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

Dimana apabila :

Kd = 0, Berati pengaruh variabel x terhadap variabel y, lemah

Kd = 1, Berati pengaruh variabel x terhadap variabel y, kuat

### 3.2.5.2 Uji Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidak hubungan signifikan dari pengaruh penetapan harga dan kualitas produk 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:

**1. Pengujian secara Simultan/Total**

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

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

$$F_{hitung} = \frac{JK_{Regresi} / k}{JK_{(Residu)} / \{n-(k+1)\}}$$

Dimana :

$JK_{Regresi}$ = Koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pakah semua variabel bebas secara bersama-sama dapat berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F degan membandingkan antara nilai F – kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada Tabel Analisis of Variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan micro-soft. Jika nilai Fhitung > Fkritis, maka H0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (penjualan pribadi dan promosi penjualan) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (keputusan pembelian konsumen) ditolak dan sebaliknya.

Menurut Sugiyono (2009:183), menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product Moment Method* dikenal dengan rumus *Pearson*.

**b. Hipotesis Utama**

Untuk menguji apakah variabel penjualan pribadi dan promosi penjualan secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, maka dilakukan pengujian hipotesis simultan sebagai berikut:

$H_0$ ; $\rho = 0$, Tidak terdapat pengaruh penetapan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen produk *furniture* Olympic di CV. Suka Damai Soreang.

$H_1$ ; $\rho \neq 0$, terdapat pengaruh penetapan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen produk *furniture* Olympic di CV. Suka Damai Soreang.

**c. Kriteria pengujian :**

H0 ditolak apabila Fhitung>dari Ftabel ($\alpha$=0,05)

Menurut Guilford (1956:480), bahwa tafsiran koefisien korelasi vaiabel dalam penelitian dapat dikategorikan sebagai berikut:

- Tafsiran koefisien korelasi yang dikategorikan menurut metode Guilford adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.10**
**Kategori korelasi menurut Guilford**

| Besarnya pengaruh | Bentuk 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 |

Apabila pada pengujian secara simultan $H_0$ ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada sebuah $\rho yxi \neq 0$. Untuk mengetahui $\rho yxi$ yang tidak sama dengan nol , maka dilakukan pengujian secara parsial.

**2. Pengujian Secara Parsial**

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

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

$$\textbf{t}\ \text{hitung (X1,2)} = \frac{\textbf{b}\ 1,2}{\text{se (b 1,2)}}$$

Keterangan:

**t** hitung (X1,2) = Nilai **t** hitung X1 penetapan harga dan Nilai **t** hitung X2 kualitas produk)

b1 dan b2 = Koefisien regresi masing-masing variabel

Hasilnya dibandingkan dengan tabel t untuk derajat bebas n-k-1 dengan taraf signifikansi 5%.

**b. Hipotesis**

Ha.$\beta_1 = 0$, Pelaksanaan penetapan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV. Suka Damai Soreang.

Ha.$\beta_1 \neq 0$, Pelaksanaan penetapan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV. Suka Damai Soreang.

Ho.$\beta_2 = 0$, Penetapan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada CV. Suka Damai Soreang.

Ha.$\beta_2 \neq 0$, Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV. Suka Damai Soreang.

**c. Kriteria pengujian**

Untuk mengetahui apakah Ho diterima atau ditolak, digunakan uji signifikasi yaitu :

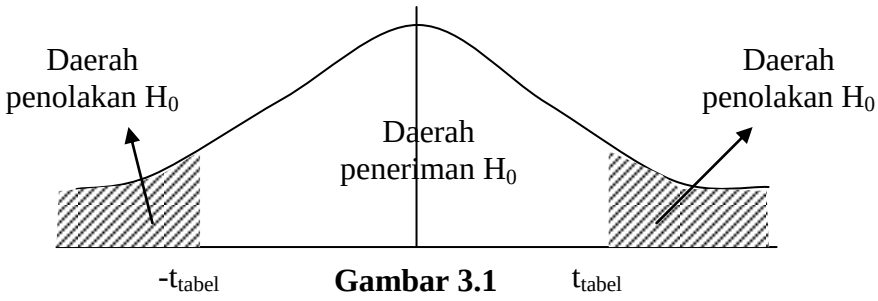
Jika t hitung > t tabel 0,05 (dk = n-2), maka Ho = ditolak, Ha diterima

Jika t hitung < t tabel 0,05 (dk = n-2), maka Ho = diterima, Ha ditolak

Dimana :

1. Dengan tingkat signifikasi ( $\alpha$ ) = 0,05
2. Derajat kebebasan (dk) = n-2

Dibawah ini adalah gambaran daerah penolakan $H_0$ dan daerah penerimaan $H_1$:




**Gambar 3.1**
**Daerah penerimaan dan penolakan Ho**