BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu permasalahan yang dijadikan sebagai topik penulisan dalam rangka menyusun suatu laporan. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan objek penelitian tersebut yang berjudul: "**Pengaruh Sikap Konsumen dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda CBR 150R (Survey pada PT. Daya Anugrah Mandiri Soreang Kab. Bandung)**"

Pengertian objek penelitian menurut Sugiyono (2011:32) yaitu objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.

Sesuai dengan pengertian diatas bahwa pengertian objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi sasaran dalam penelitian ilmiah. Objek penelitian ini adalah variabel sikap konsumen dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Di dalam penelitian ini, penulis mengemukakan dua variabel yang akan diteliti. Adapun variabel yang akan diteliti didalam penelitian ini adalah:

1. Variabel *dependent* (variabel terikat) adalah adalah yang menjadi pusat perhatian peneliti (Ferdinand, 2006). Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *dependent* adalah keputusan pembelian (variabel Y).

2. Variabel *independent* (variabel bebas) adalah variabel yang mempengaruhi variabel *dependent*, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif (Ferdinand, 2006). Variabel *independent* (variabel bebas) adalah variabel yang menjadi penyebab atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Adapun yang menjadi variabel *independent* dalam penelitian ini adalah sikap konsumen (X1) dan kualitas produk (X2).

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Menurut Sugiyono (2013:2) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Menurut Sugiyono (2009:21) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang luas. Metode verifikatif menurut Hasan (2009:11) yaitu menguji kebenaran sesuatu (pengetahuan) dalam bidang yang telah ada dan digunakan untuk menguji hipotesis yang menggunakan perhitungan statistik.

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan rumusan masalah satu sampai lima. Data yang dibutuhkan adalah data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga data dapat dikumpulkan, dianalisis dan ditarik kesimpulan dengan teori-teori yang telah dipelajari, untuk kemudian ditarik kesimpulan.

Sedangkan pengertian metode verifikatif menurut Mashuri (2008) dalam Umi Narimawati (2010:29) adalah sebagai berikut: "Metode verifikatif yaitu 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.

Dalam penelitian ini dimana variabel X_1 adalah sikap konsumen, variabel X_2 adalah kualitas produk dan variabel Y adalah keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai pengaruh sikap konsumen dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

3.2.1 Desain Penelitian

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

Desain penelitian menurut Umi Narimawati (2008) adalah sebagai berikut:

"Desain penelitian adalah suatu rencana struktur, dan strategi untuk menjawab permasalaha yang mengoptimasi validitas."

Desain penelitian menurut Indrianto Nur dan Supomo Bambang (2002:249) adalah sebagai berikut:

"Desain penelitian adalah rancangan utama penelitian yang menyatakan metode-metode dan prosedur-prosedur yang digunakan oleh peneliti dalam pemilihan, pengumpulan dan analisis data."

Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa desain penelitian merupakan rancangan utama penelitian yang menyatakan metode-metode dan prosedur-prosedur yang digunakan oleh penulis dalam pemilihan, pengumpulan dan analisis data.

Dalam penelitian ini, penulis menerapkan desain penelitian yang lebih luas, yang mencangkup proses-proses berikut ini:

1. Sumber Masalah

   Peneliti menentukan masalah-masalah sebagai fenomena untuk dasar penelitian.

2. Perumusan Masalah

   Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data. Pada penelitian ini masalah-masalah dirumuskan melalui suatu pertanyaan, yang akan diuji dengan cara yang relevan dan penemuan yang relevan.

3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan

   Untuk menjawab rumusan masalah yang sifatnya sementara (berhipotesis) maka, peneliti dapat membaca referensi teoritis yang relevan dengan

masalah dan 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 atau pertanyaan penelitian yang merupakan tahap penelitian dengan menguji terpenuhinya kriteria pengetahuan yang rasional.

4. Pengajuan Hipotesis

   Jawaban terhadap rumusan masalah yang baru didasarkan pada teori dan didukung oleh penelitian yang relevan, tetapi belum ada pembuktian secara empiris (faktual) maka jawaban itu disebut hipotesis. Hipotesis yang dibuat pada penelitian ini adalah pengaruh sikap konsumen dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian motor Honda CBR 150R. .

5. Metode Penelitian

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

6. Menyusun Instrumen Penelitian

Peneliti dapat menyusun instrument penelitian. Instrumen ini digunakan sebagai alat pengumpul data. Pada penelitian ini untuk menguji adanya hubungan dari Sikap Konsumen (Variabel Independen X_1) dan Kualitas Produk (Variabel Independen X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Variabel Dependen Y) digunakan korelasi *Analisis Regresi Berganda*, dan untuk menguji pengaruh dari Sikap Konsumen (Variabel Independen X_1) dan Kualitas Produk (Variabel Independen X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Variabel dependen Y) digunakan koefisien determinasi.

7. Kesimpulan

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

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat ditentukan desain penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.1

Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	**Desain Penelitian**			
	Jenis Penelititan	**Metode yang Digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T-1	*Descriptive*	*Descriptive Survey*	Konsumen	*Cross Sectional*
T-2	*Descriptive*	*Descriptive Survey*	Konsumen	*Cross Sectional*
T-3	*Descriptive*	*Descriptive Survey*	Konsumen	*Cross Sectional*
T-4	*Verificative*	*Explanatory Survey*	Konsumen	*Cross Sectional*
T-5	*Verificative*	*Explanatory Survey*	Konsumen	*Cross Sectional*

Sumber: Umi Narimawati (2008)

3.2.2 Operasional Variabel

Pengertian operasional variabel menurut Sugiyono (2010:58) adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

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 mengenai Pengaruh Sikap Konsumen dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Sikap Konsumen sebagai variabel independen pertama (X_1)
2. Variabel Kualitas Produk sebagai variabel independen kedua (X_2)
3. Variabel Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen ketiga (Y)

Untuk lebih jelasnya rincian masing-masing variabel dapat dijelaskan dalam tabel 3.2 :

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel dan Konsep	Indikator	Satuan Ukuran	Skala	Sumber Data
Sikap Konsumen (X1)	Merek produk	Tingkat merek produk	Ordinal	Konsumen Motor Honda CBR 150R
Sikap Konsumen: Kecenderungan	Pengetahuan terhadap produk	Tingkat pengetahuan	Ordinal	Konsumen

memberikan tanggapan pada suatu objek baik disenangi maupun tidak disenangi secara konsisten. (Gordon Allpor dalam Hartono SastroWijoyo 2005)		terhadap produk		Motor Honda CBR 150R
	Perasaan seseorang terhadap produk	Perasaan menyukai atau tidak terhadap produk tersebut	Ordinal	Konsumen Motor Honda CBR 150R
	Kehandalan produk	Produk tersebut memiliki keunggulan tersendiri	Ordinal	Konsumen Motor Honda CBR 150R
Kualitas Produk (X2) Kualitas Produk: Kecocokan penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. (Daniel Hunt dalam Sony Santosa (2010:114)	Bentuk *(Form)*	Memiliki bentuk yang menarik	Ordinal	Konsumen Motor Honda CBR 150R
	Ciri-ciri Produk *(Features)*	Produk memiliki karakteristik	Ordinal	Konsumen Motor Honda CBR 150R
		Kinerja produk tersebut	Ordinal	Konsumen Motor Honda CBR 150R
	Kinerja *(Performance)*	Desain dan fiturnya sesuai dengan fungsinya	Ordinal	Konsumen Motor Honda CBR 150R
	Ketepatan atau Kesesuaian *(Conformance)*	Kekuatan produk tersebut	Ordinal	Konsumen Motor Honda CBR 150R
	Ketahanan *(Durabillity)*	Keunggulan yang dimiliki produk tersebut Mudah	Ordinal	Konsumen Motor Honda CBR 150R Konsumen

	Kehandalan *(Reliabillity)*	menemui spare part atau bengkel	Ordinal	Motor Honda CBR 150R
		Penampilan sudah mendukung	Ordinal	Konsumen Motor Honda CBR 150R
	Kemudahan Perbaikan *(Repairabillity)*	Desain yang menarik	Ordinal	Konsumen Motor Honda CBR 150R
	Gaya *(Style)*			
	Desain *(Design)*			
Keputusan Pembelian (Y) Keputusan Pembelian: Pembelian konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan	Kemantapan pada sebuah produk	Tingkat kemantapan pada sebuah produk	Ordinal	Konsumen Motor Honda CBR 150R
	Kebiasaan dalam membeli produk	Intensitas pembelian produk tersebut	Ordinal	Konsumen Motor Honda CBR 150R
	Memberikan			

dalam pembelian mereka (Basu Swastha 2005:223)	rekomendasi kepada orang lain	Penyampaian rekomendasi kepada orang lain	Ordinal	Konsumen Motor Honda CBR 150R
	Melakukan pembelian ulang	Tingkat pembelian ulang	Ordinal	Konsumen Motor Honda CBR 150R

Dalam operasional variabel ini, variabel *independent* (X)menggunakan skala ordinal. Pengertian dari skala ordinal menurut **Sugiyono (2012)** adalah sebagai berikut "Skala ordinal adalah skala yang berjenjang dimana sesuatu lebih atau kurang dari yang lain. Data yang diperoleh dari pengukuran dengan skala ini disebut dengan data ordinal yaitu data yang berjenjang yang jarak antara satu data dengan yang lain tidak sama."

Dari pengertian diatas tujuan dari penggunaan skala ordinal adalah memperoleh informasi berupa nilai pada jawaban. Variabel-variabel tersebut diukur oleh instrument pengukur dalam bentuk kuesioner berskala ordinal yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala *likert.*

Menurut **Sugiyono (2012 :132)** skala *likert* adalah sebagai berikut "Skala ***likert*** digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial."

Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (item positif) atau tidak mendukung

pernyataan (item negatif). Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan untuk pernyataan positif adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3

Skala Likert untuk Kuesioner Positif dan Negatif

Keterangan	Positif	Negatif
Sangat Baik	5	1
Baik	4	2
Cukup Baik	3	3
Kurang Baik	2	4
Tidak Baik	1	5

Sumber :Sugiyono (2012: 133)

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

Dalam penelitian ini terdapat sumber data dan teknik penentuan data, berikut ini adalah penjelasannya.

3.2.3.1 Sumber Data

Sumber data ada dua yaitu data primer dan sekunder. Sugiyono (2012:193) menyatakan bahwa "Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau melalui dokumen".

Menurut Umar Husein (2005:41), Sumber data ada dua yaitu data primer dan sekunder, yaitu:

1. Data Primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang diteliti baik dari pribadi (*franchisee*) maupun dari satu instansi yang mengolah data untuk keperluan penelitian, seperti dengan cara melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

2. Data Sekunder merupakan data yang berfungsi sebagai pelengkap data primer. Data sekunder dapat diperoleh dengan cara membaca, mempelajari, dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta catatan-catatan kuliah yang menunjang penelitian ini.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer, karena data yang diambil langsung dari obyek yang diteliti. Peneliti mendapatkan data melalui wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

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

1. Populasi

Populasi merupakan objek atau subjek yang memenuhi kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Pengertian populasi menurut Sugiyono (2012:115), yaitu “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Sedangkan

menurut Sukmadinata (2011:250) mengemukakan bahwa populasi adalah " kelompok besar dan wilayah yang menjadi lingkup penelitian kita".

Unit analisis dalam penelitian ini adalah konsumen motor sport Honda CBR 150R. Dengan demikian maka populasi dalam penelitian ini adalah konsumen motor Honda CBR 150R pada tahun 2015. Populasi dari penelitian ini adalah 108 orang pembeli motor Honda CBR 150R pada PT. Daya Anugrah Mandiri Soreang Kab. Bandung.

2. Sampel

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2012: 116) adalah: "Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan harus representatif ". Dalam menentukan sampel, terdapat cara/ tekniknya sehingga memudahkan peneliti dalam memperoleh data. Teknik sampling menurut Sugiyono (2012:116) adalah teknik pengambilan sampel, untuk meneukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian". Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling,* yaitu *Simple Random Sampling*.

Menurut Sugiyono (2012:118) teknik *Simple Random Sampling* merupakan teknik sampling yang sederhana, karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu sendiri, dan cara ini dilakukan apabila anggota populasi dianggap homogen. Sedangkan metode penarikan sampel yang digunakan mengacu pada pendekatan ***Slovin,*** pendekatan ini dinyatakan dengan rumus sebagai berikut:

Sumber : panduan penulisan skripsi unikom 2106

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

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

Sehingga, berdasarkan perhitungan dengan menggunakan teknik perhitungan ***Slovin***, jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 108 sampel, dengan batas kesalahan 5%.

$$n = \frac{108}{1 + 108\ (0.05)^2}$$

$$= 85.03937008 = 85 \text{ orang}$$

Dari perhitungan diatas dapat disebutkan bahwa sampel minimal untuk penelitian ini adalah 85.0393 orang. Untuk menghindari bias dan kerusakan dalam pembagian angket atau pencegahan kerusakan angket maka dibulatkan menjadi 85 orang.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

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.

Menurut Sugiyono (2013:224) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Adapun teknik pengumpulan data primer

yang digunakan penulis untuk memperoleh data serta informasi yang diperlukan adalah sebagai berikut:

1. Pengamatan (Observation)

   Merupakan teknik yang menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap objek penelitiannya. Hasil dari observasi dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan. Observasi dalam penelitian ini akan dilaksanakan PT. Daya Anugrah Mandiri Soreang Kab. Bandung.

2. Kuisioner

   Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakuakan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis berbentuk formulir kepada seseorang atau sekumpulan orang (responden) untuk mendapatkan jawaban, tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti. Peneliti memberikan kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan yang terkait dengan sikap konsumen dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian motor Honda CBR 150R. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang telah di beri skor, dimana data tersebut nantinya akan dihitung secara statistik.

3. Wawancara (Interview)

   Merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab langsung secara lisan 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. Informasi itu berupa apa saja yang berkaitan dengan pengaruh sikap konsumen dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Adapun sumber informasi dalam penelitian ini adalah pembeli motor Honda CBR 150R pada PT. Daya Anugrah Mandiri Soreang Kab. Bandung.

4. Dokumentasi

Merupakan proses pengumpulan data dengan mempelajari, menganalisa, dan menelaah dokumen-dokumen yang terdapat pada perusahaan.

Disini peneliti menggunakan skala Likert. Adapun kriteria pembobotan nilai untuk alternatif jawaban dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.4
Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	
	Positif	Negatif
a. Sangat Setuju (SS)	5	1
b. Setuju (S)	4	2
c. Kurang Setuju (KS)	3	3
d. Tidak Setuju (TS)	2	4
e. Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber :Sugiyono 2007, 108

Agar peneliti dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya maka harus dilakukan tahapan analisis dan pengujian hipotesis. Untuk melakukan sebuah analisis data dan pengujian hipotesis, terlebih dahulu peneliti akan menentukan metode apa yang digunakan untuk menganalisis data hasil penelitian dan

merancang metode untuk menguji sebuah hipotesis. Untuk menilai kuesioner apakah valid dan reliabel maka perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

3.2.4.1 Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data menurut Sugiyono (2010:121) menjelaskan mengenai validitas adalah sebagai berikut :

"Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak di ukur".

Lebih lanjut uji validitas menurut *Cooper* dalam Narimawati Umi (2010:42), validitas adalah :

"Validity is a characteristic of measuraenment concerned with the extent that a test measures what the researcher actually wishes to measure".

Dari definisi diatas validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat tes (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. Uji validitas dalam penelitian ini yaitu untuk menggambarkan variabel Sikap Konsumen (X_1) dan Kualitas Produk (X_2).

Tabel 3.5

Standart Penilaian untuk Validitas

	Validity
Good	0,50
Acceptable	0,30
Marginal	0,20
Poor	0,10

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

Menurut Sugiyono (2012:268) validitas adalah instrument yang digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

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

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

Sumber: Umi Narimawati 2010: 42

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *pearson*

X = Skor item pertanyaan

Y = Skor total item pertanyaan

N = Jumlah responden dalam pelaksanaan uji coba instrument

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

Dimana:

n = ukuran sampel

r = Koefisien korelasi pearson

Butir yang mempunyai korelasi positif dengan skor total serta korelasi yang tinggi menunjukkan bahwa butir tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah r = 0,30 (Sugiono, 2010).

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2012:122) definisi reliabilitas adalah sebagai berikut: "derajat konsistensi/keajengan data dalam interval waktu tertentu".

Berdasarkan pengertian di atas maka reliabilitas dapat dikemukakan 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 di antara hasil beberapa kali pengukuran. Pengujian ini bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten.

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang sudah valid, untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama. Dalam penelitian ini, metode

yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah *Split Half Method (Spearman-Brown Correlation)* Teknik 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:

a. Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokan dalam kelompok I dan kelompok II.
b. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skot total untuk kelompok I dan kelompok II.
c. Korelasikan skor total kelompok I dan skor kelompok II.

$$\frac{2\,Ґb}{1 + Ґb}$$

Sumber Umi Narimawati (2010:44)

d. Hitung angka realibitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Г1 = \frac{2Г_b}{1 + Г_b}$$

Sumber: Umi Narimawati (2010:44)

Dimana

Г1 = reliabilitas internal seluruh item

Γ*b* = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

t antara belahan pertama dan belahan kedua

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

1. Jika t hitung lebih dari atau sama dengant 0,05 dengan taraf signifikan 5 % maka instrumen dinyatakan reliable dan dapat digunakan
2. Jika t hitung kurang darit 0,05 dengan taraf signifikan 5% satusisi maka instrument dinyatakan tidak reliable dan tidak dapat digunakan.

Hasil uji validitasdengan menggunakan program SPSS.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Split Half* untuk menguji kehandalan dari alat ukur. Variabel akan dikatakan reliabel apabila variabel tersebut memiliki nilai *Split Hal f* lebih besar dari 0,7.

Nilai reliabilitas memberikan indikasi bahwa keandalan kuesioner yang digunakan sebagai alat pengukur termasuk pada kategori berkorelasi kuat untuk ketiga variabel karena nilainya lebih besar dari 0,7.

Tabel 3.6

Standart Penilaian untuk Reliabilitas

Kriteria	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

3.2.4.3 Uji MSI (Data Ordinal ke Interval)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendektan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untung menganalisa data di perlukan data internal, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan sekala interval melalui metode "Methode Succesive Interval" (Hays, 1969:39) dan selanjutnya dianalisis regresi korelasi serta determinasi.

1. Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut

a. Ambil data ordinal hasil kuesioner.

b. Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk seetiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.

c. Menghitung nilai Z (Tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif.

Untuk data n > 30 di anggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.

d. Menghitung nilai densititas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukan

nilai Z pada rumus distribusi normal.

e. Menghitung nilai skala dengan rumus Methode Succesive Interval.

$$\text{Mean of interval} = \frac{(\text{Dencity at Lower Limit}) - (\text{Dencity at Upper Limit})}{(\text{Area BelowUpper Limit}) - (\text{Area Bellow Lower Limit})}$$

Dimana :

Means of Interval	: Rata-Rata Interval
Dencity at Lower Limit	: Kepadatan bawah atas
Dencity at Upper Limit	: Kepadatan atas bawah
Area Bellow Upper Limit	: Daerah di bawah batas atas
Area Bellow Lower Limit	: Daerah di bawah batas bawah

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

Nilai Transformasi = Nilai Skala + Nilai Skala Minimal + 1

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Adapun di dalam proses pengolahan data MSI tersebut, peneliti menggunakan bantuan program software MSI.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Menurut Narimawati umi (2010:41), rancangan analisis dapat di definisikan sebagai berikut :

“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 ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dimengerti”

3.2.5.1.1 Analisis Data Deskriptif

Dalam pelaksanaan, penelitian ini menggunakan jenis atau alat bentuk penelitian deskriptif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Penelitian Deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan apa yang dilakukan berdasarkan fakta-fakta yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data. Data tersebut kemudian dianalisis untuk memperoleh suatu kesimpulan.

Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana masing masing variabel penelitian. Metode kualitatif yaitu metode pengolahan data yang menjelaskan pengaruh dan hubungan yang dinyatakan dengan kalimat. Analisis dilakukan dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

a. Setiap indikator yang dinilai oleh responden, diklasifikasikan dalam alternatif jawaban dengan menggunakan skala ordinal yang menggambarkan peringkat jawaban.

b. Dihitung total skor setiap variabel / subvariabel = jumlah skor dari seluruh indikator variabel untuk semua 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 rentang kriteria penelitian sebagai berikut:

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

(Sumber: Narimawati Umi, 2010:45)

Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi. Analisis deskriptif dilakukan mengacu kepada setiap indikator yang ada pada setiap variabel yang diteliti dengan berpedoman pada tabel berikut:

Tabel 3.7

Kriteria Pengklasifikasian Persentase Skor Tanggap Responden

No.	Skor (%)	Kriteria
1	20.00% – 36.00%	Sangat Buruk/Sangat Rendah
2	36.01% –52.00%	Buruk/Rendah
3	52.01% – 68.00%	Cukup Baik/Sedang
4	68.01% – 84.00%	Baik/Tinggi
5	84.01% – 100%	Sangat Baik/Tinggi

Sumber: Umi Narimawati (2007:85)

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kualitatif)

Dalam pelaksanaan, penelitian ini menggunakan jenis atau alat bentuk penelitian deskriptif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Penelitian Deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan apa yang dilakukan oleh perusahaan berdasarkan fakta-fakta yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data. Data tersebut kemudian di analisis untuk memperoleh suatu kesimpulan. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana masing-masing variabel penelitian. Metode kualitatif yaitu metode pengolahan data yang menjelaskan pengaruh dan hubungan yang dinyatakan dengan kalimat. Analisis kualitatif digunakan untuk melihat faktor penyebab. Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendektan kualitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untung menganalisa data di perlukan data internal, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan sekala interval melalui metode "*Methode Succesive Interval*" (Hays, 1969:39) dan selanjutnya dianalisis regresi korelasi serta determinasi. Untuk mengetahui antar variabel dapat digunakan salah satunya adalah sebagai contoh analisis regresi Berganda (*Multiple Regression*).

3.2.5.1.3 Analisis Regresi Berganda dan Asumsi Klasik

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) secara bersama-sama.

Persamaan Regresi Linier Berganda adalah:

$$Y = \beta_o + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + ... + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Dimana

Y = variabel dependen

X_1, X_2 = variabel independen

A = konstanta

B_1, β_2 = koefisien masing-masing faktor

ε = Faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel Y

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah (X_1) dan (X_2), sedangkan variabel dependen adalah (Y), sehingga persamaan regrei berganda estimasinya.

$$Y=\alpha+\beta1X1+\beta2X2+\varepsilon$$

Dimana :

Y = Variabel Keputusan Pembelian

X1 = Variabel Sikap Konsumen

X2 = Variabel Kualitas Produk

α = Konstanta dari persamaan regresi

β_1 = Koefisien regresi dari variabel X_1

β_2 = Koefisien regresi dari variabel X_2

ε = Faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel Y

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat Best Linier Unbiased Estimator (BLUE). Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik yang harus

dipatuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan analisis regresi berganda (Multiple Linier Regression) sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti terdiri atas:

A. **Uji normalitas**

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistibusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas (Husein Umar, 2011:181)

B. **Uji Multikolinieritas**

Menurut Frisch, suatu model regresi dikatakan terkena masalah multikolenieritas bila terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel bebasnya. Akibat model tersebut akan mengalami kesulitan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Mandala, 2001: 268-270 dala Erwan Agus Purwanto Dyah Ratih Sulistiastuti, 2011:198). Jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama variabel independen maka konsekuesinya adalah :

1. Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat di taksir.

2. Nilai standar erornya miring setiap koefisien regresi menjadi tak terhingga. Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesama variabel

independen, maka tingakat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar, yang mengakibatkan standar erornya miring semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolenieritas adalah dengan menggunakan Variance Implation Factors (VIF). Menurut Gujarati (2003:362), jika VIF kurang dari 10 maka dalam data tidak terdapat multikolinieritas tidak terdapat.

C. **Uji Heteroskedastisitas**

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

3. Analisis Korelasi

Menurut Sujana (1989) dalam Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini, dan Linna Ismawati (2010:49) pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi pearson dengan rumus :

$$r = \frac{(\Sigma XiYi) - (\Sigma Xi)(\Sigma y)}{\sqrt{\{n(\Sigma Xi2) - (\Sigma Xi)2\} - (\{n(\Sigma yi^2) - (\Sigma yi)^2\}}}$$

Dimana : -1≤ r ≤+1

r = koefisien korelasi

x = variabel orientasi kewirausahaan dan variabel pasar

y = variabel keunggulan bersaing

n = jumlah *franchisee*

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

Tabel 3.8

Tingkat Keeratan Korelasi

0-0.20	Sangat rendah (hampir tidak ada hubungan)
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 Koefisian Determinasi

Persentase peranan semua variabel bebas atas nilai variabel bebas ditunjukan oleh besarnya koefisien determinan (R2). Semakin besar nilainya maka menunjukan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft/SPSS atau secara manual didapat dari R2 =SSreg/SStot

Kd=R2x100%

Dimana :

d : Koefisien determinasi

r : Koefisien Korelasi

3.2.6. Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah pengaruh variabel Sikap Konsumen dan variabel Kualitas Produk terhadap variabel Keputusan Pembelian. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan di uji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi. Langkah – langkah dalam analisisnya sebagai berikut :

1. **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

$$\text{Thitung } (x1,2) = \frac{b1,2}{(b1,2)}$$

Thitung diperoleh dari nilai koefisien regresi dibagi dengan nilai standar errornya.

B. Hipotesis

   H1. $\beta = 0$ Tidak terdapat pengaruh Variabel Sikap Konsumen terhadap Variabel Keputusan Pembelian.

   H1. $\beta \neq 0$ Terdapat pengaruh Variabel Sikap Konsumen terhadap Variabel Keputusan Pembelian.

H2. $\beta = 0$ Tidak terdapat pengaruh Variabel Kualitas Produk terhadap Variabel Keputusan Pembelian.

H2. $\beta \neq 0$ Terdapat pengaruh Variabel Kualitas Produk terhadap Variabel Keputusan Pembelian.

Kriteria Pengujian

H0 ditolak apabila thitung < dari Tabel ($\alpha = 0{,}05$)

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

a. Jika dihitung ≥ tabel maka H0 ada di daerah penolakan , berarti Ha diterima artinya Diantara variabel X dan Variabel Y ada hubungannya.
b. Jika dihitung ≤ tabel maka H0 ada di daerah penerimaan berarti ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubunganya.

2. Pengujian Secara Simultan

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

a. Rumus uji F yang digunakan adalah:

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

Sumber: Panduan Penulisan Skripsi Unikom 2016

Dimana:

JK residu = Koefisien Korelasi Ganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama dapat berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan 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 tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat 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* atau dikenal dengan rumus *Pearson.*

b. Hipotesis

H0 ; Type equation here. = 0, Tidak terdapat pengaruh *Variabel* X_1 dan *Variabel* X_2 terhadap *Variabel Y.*

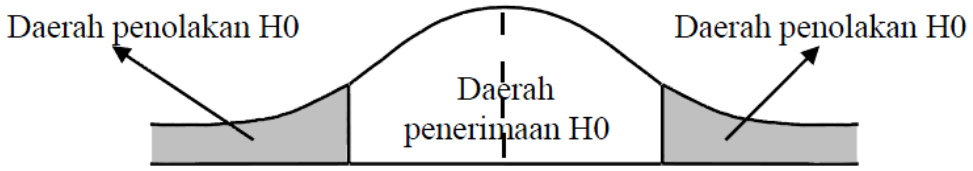
H1 ; ρ 0, Terdapat pengaruh *Variabel* X_1 dan *Variabel* X_2 terhadap *Variabel Y.*

c. Kriteria Pengujian

H0 ditolak apabila F hitung > dari F tabel ($\alpha = 0.05$)

Apabila pada pengujian secara simultan H0 ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada sebuah yxi 0. Untuk mengetahui ρyxi yang tidak sama dengan nol, maka dilakukan pengujian secara parsial.

Dibawah ini adalah gambaran daerah penolakan H0 dan daerah penerimaan H1 :



Gambar 3.1
Daerah Penerimaan Penolakan Ho

Sumber : Sugiyono (2012:226)