**BAB III**

**OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

* 1. **Objek Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan majemen pemasaran yang terfokus pada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Roti Ciwawa *Bakery*. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas atau variabel independen (X) adalah Kualitas produk yang terdiri dari *Performance, Durability, Conformance to specification, Feature, Realibilit, , Aesthetics, Perceived quality, Serviceability* . Kemudian yang menjadi variabel terikat atau variabel dependen (Y) ialah Keputusan Pembelian, yang terdiri dari *product choice*, *brand choice*, *dealer*, *quantity,* *timing* dan *payment method.*

Pada penelitian ini, objek yang dijadikan responden adalah konsumen Roti Ciwawa di Kota Bandung, maka hal-hal yang dianalisis adalah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

**3.2 Metode dan Jenis Penelitian**

**3.2.1 Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah *Explanatory* *Survey* menurut Husein Umar (2002:76) *Explanatory Survey* yaitu :

Suatu survey yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kasual antara 2 variabel melalui pengujian hipotesis,survey dilakukan dengan cara mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data.

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, maka pendekatan yang digunakan menurut Husein Umar (2008:45) *cross sectional method,* yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang) dalam penelitian yang menggunakan metode ini, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti di lapangan.

**3.2.2 Jenis Penelitian**

Berdasarkan tingkat penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Sugiyono (2010:11) menjelaskan bahwa, “penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara satu dengan variabel yang lain”. Penelitian deskriptif disini bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran secara keseluruhan mengenai kualitas produk terhadap keputusan pembelian Roti Ciwawa.

Adapun Penelitian verifikatif diterangkan oleh Suharsimi Arikunto (2010:8) menjelaskan bahwa, Penelitian *verifikatif* pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Dalam penelitian ini diuji mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Roti Ciwawa. Hipotesis tersebut menggunakan perhitungan-perhitungan statistik. Berdasarkan jenis penelitian tersebut, penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan.

**3.3 Operasional Variabel**

Penelitian ini memiliki variabel-variabel yang akan diteliti yang bersifat saling mempengaruhi. Dalam hal ini, variabel-variabel tersebut juga dapat disebut sebagai objek penelitian. Suharsimi Arikunto (2010:96), menjelaskan bahwa, “Variabel adalah objek penelitian atau apa yang akan menjadi titik perhatian suatu penelitian”.

Sedangkan menurut Sugiyono (2010:58) “Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”.

Penjabaran operasionalisasi dari variable-variabel yang diteliti tergambarkan pada Tabel 3.1 di bawah ini.

**TABEL 3.1**

**OPERASIONAL VARIABEL**

| Variabel/ Sub Variabel | Konsep Variabel | Indikator | Ukuran | Skala | No Item |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Kualitas produk(X) | Menurut Kotler dan Amstrong (2010:229) mengenai kualitas produk adalah *“the characteristic of product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customere needs”.*  Kualitas produk adalah karakteristik sebuat produk atau jasa yang memberikan kemampuan untuk mencukupi kebutuhan pelanggan.  | ***Performance***  | * Tingkat kepraktisan produk Ciwawa *Bakery*
 | Interval  | 1 |
| * Tingkat kelezatan Roti Ciwawa *Bakery*
 | Interval  | 2 |
| * Tingkat ketersediaan produk di Ciwawa *Bakery*
 | Interval  | 3 |
| ***Durability***  | * Tingkat daya tahan produk yang baik
 | Interval  | 4 |
| ***Conformance to specifications*** | * Tingkat kesesuaian produk Ciwawa *Bakery* dengan harga
 | Interval | 5 |
| * Tingkat kesesuaian warna produk yang baik
 | Interval  | 6 |
| ***Feature*** | * Tingkat kekhasan rasa pada produk roti Ciwawa *Bakery*
 | Interval  | 7 |
| ***Realibility*** | * Tingkat kualitas bahan baku yang digunakan Ciwawa *Bakery*
 | Interval | 8 |
| * Tingkat penggunaan bahan pengawet pada Poduk roti Ciwawa *Bakery*
 | Interval  | 9 |
| ***Aesthetics*** | * Tingkat desain bentuk roti Ciwawa *Bakery*
 | Interval  | 10 |
| * Tingkat penampilan roti Ciwawa *Bakery*
 | Interval  | 11 |
| * Tingkat kemenarikan roti Ciwawa *Bakery*
 | Interval  | 12 |
| ***Perceived quality*** | * Tingkat Produk Roti Ciwawa *Bakery* dikenalbaik
 | Interval  | 13 |
| ***Serviceability***  | * Tingkat keramahan pemilik/ karyawan Ciwawa *Bakery* kepada konsumen
 | Interval  | 14 |
| * Tingkat merespon keluhan konsumen dengan baik
 | Interval  | 15 |
| * Tingkat ketepatan dalam melayani konsumen Ciwawa *Bakery*
 | Interval  | 16 |
| Keputusan Pembelian (Y) | *“In executing a purchase intention, the consumer may make up to five subdecisions: brand (brand A), dealer (dealer 2), quantity (one computer), timing (weekend), and payment methode (credit card)”.* Dalam melaksanakan niat pembelian, konsumen dapat membuat lima keputusan pembelian yaitu merek, distribusi, quantitas, waktu dan metode pembayaran. (Kotler dan Keller, 2012: 192) | ***Product***  | * Tingkat kemenarikan ragam produk
 | Interval | 17 |
| * Tingkat kualitas setiap produk
 | Interval  | 18 |
| ***Brand***  | * Tingkat keputusan pembelian Roti berdasarkan kepercayaan merek Ciwawa *Bakery*
 | Interval | 19 |
| ***Dealer*** | * Tingkat keputusan pembelian roti berdasarkan kemudahan menjangkau lokasi Ciwawa *Bakery*
 | Interval | 20 |
| ***Quantity*** | * Tingkat jumlah produk yang dibeli berdasarkan kualitas produk dari Ciwawa *Bakery*
 | Interval | 21 |
| * Tingkat keputusan pembelian berdasarkan frekuensi kebutuhan terhadap roti
 | Interval  | 22 |
| ***Timing*** | * Tingkat intensitas pembelian roti Ciwawa *Bakery*
 | Interval | 23 |
| * Tingkat keputusan pembelian produk roti berdasarkan waktu tertentu
 | Interval  | 24 |

Sumber: Berdasarkan hasil pengolahan data 2014

**3.4 Jenis dan Sumber Data**

Jenis data merupakan informasi tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan variabel yang diteliti.Oleh karena itu harus diproses terlebih dahulu untuk memperoleh informasi yang diperlukan bagi suatu penelitian.Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.Menurut Husein Umar (2008: 42) yang dimaksud dengan data primer dan data sekunder adalah sebagai berikut:

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung secara empirik kepada pelaku langsung atau terlibat langsung dengan menggunakan tetknik pengumpulan data tertentu, dengan kata lain data primer diperoleh secara langsung.

1. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian dimana subjeknya tidak berhubungan langsung dengan objek penelitian tetapi membantu dan dapat memberikan informasi untuk bahan penelitian. Menurut Asep Hermawan (2008: 168), “Data sekunder adalah struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain”.

**TABEL 3.2**

**JENIS DAN SUMBER DATA**

| No. | Data | Jenis Data | Sumber Data |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. | Data pertumbuhan ekonomi Indonesia | Sekunder | Badan Pusat Statistik (BPS) 2013 (data diolah) |
| 2. | Perkembangan data usaha mikro kecil, menengah (UMKM) tahun 2008-2012 | Sekunder | www.depkop.go.id/1/04/2013 (13:35) |
| 3. | Perkembangan industri makanan dan inuman tahun 2008-2013 | Sekunder | BPS diolah Kemenperin 2013 |
| 4.  | Data penjualan Roti Ciwawa | Primer | Ciwawa *Bakery* |
| 5.  | Data alas an konsumen melakukan pembelian Roti di Ciwawa *Bakery* | Primer  | Ciwawa *Bakery* |

Sumber: diolah dari berbagai data 2014

**3.5 Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling***

**3.5.1 Populasi**

Populasi merupakan sekelompok objek yang dapat dijadikan sumber penelitian. Menurut Sugiyono (2010: 115),” Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut maka yang menjadi populasi sasaran pada penelitian ini adalah konsumen Roti Ciwawa *Bakery*  dengan jumlah rata-rata 246 konsumen per minggu, maka jumlah rata-rata perbulannya yaitu 984 (hasil pra penelitian Desember 2013) .

**3.5.2 Sampel**

Menurut Suharsimi Arikunto (2010: 131), “Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Agar memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Dalam penelitian ini tidak mungkin semua populasi dapat penulis teliti, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya keterbatasan biaya, keterbatasan tenaga dan keterbatasan akan kesedian waktu.

Maka dari itulah penelitian diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili populasi yang tidak dapat diteliti. Menurut Sugiyono (2010: 116):

Bila populasi besar dan peneliti tidak mngkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi, untuk itu sampel dari populasi harus benar-benar representatif.

Agar memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur sampel, digunakan rumus Slovin (Husein Umar, 2008: 141), yakni ukuran sampel yang merupakan perbandingan dari ukuran populasi dengan presentasi kelonggaran ketidaktelitian, karena dalam pengambilan sampel dapat ditolerir ataiu dinginkan. Dalam penelitian ini pengukuran sampel menggunakan teknik Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

*n* : Ukuran sampel

*N* : Ukuran Populasi

*e* : Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan sampel yang di

dapatditolerir (*e* = 0,1)

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung besaranya sampel minimal dari jumlah populasi yang ada yaitu sebagai berikut:

**

**

*n =*$\frac{984}{10,84}$

*n =* 90,77 ≈ 91

Berdasarkan perhitungan di atas jumlah sampel minimal yang diteliti adalah berjumlah 91 orang. Agar sampel yang digunakan representatif maka sampel dalam penelitian ini ditambahkan menjadi 100 orang responden.

**3.5.3 Teknik *Sampling***

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan *(estimate value)*. Menurut Suharsimi Arikunto (2010: 111) teknik pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya.

Menurut Ulber Silalahi (2009: 236) :

Pemilihan sampel atau penarikan sampel *(sampling)*dapat diartikan sebagai proses memilih sejumlah unit, elemen atau subjek dari dan yang mewakili populasi untuk dipelajari yang dengannya dapat dibuat generalisasi atau inferensi tentang karakteristik dari satu populasi yang diwakili.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *simple random sampling,* menurut Sugiyono (2010:120), teknik ini digunakan apabila pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Terdapat dua jenis sampel yaitu sampel *probability* dan *nonprobability*. Sampel *probability* merupakan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel sedangkan sampel *nonprobability* kebalikan dari *probability* dimana setiap elemen atau populasi tidak memiliki peluang yang sama dan pemilihan sampel bersifat objektif.

**3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data mengacu pada cara apa yang perlu dilakukan dalam penelitian agar dapat memperoleh data. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara menkombinasikan secara langsung atau tidak langsung. Penelitian ini memperoleh data dengan menggunakan tekni sebagai berikut:

1. Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan melakukan pertanyaan secara lisan dalam pertemuan tatap muka langsung terhadap individu atau kelompok yang sedang diteliti, dalam hal ini wawancara dibedakan menjadi dua macam yaitu:

1. Wawancara terstruktur, yang digunakan apabila peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh.
2. Wawancara tidak tersetruktur adalah wawancara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap dengan pengumpulan datanya.
3. Observasi

Di dalam pengertian psikologik, observasi atau yang disebut pula dengan pengamatan yaitu kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera.

Pada penelitian ini, teknik observasi yang dilakukan adalah teknik observasi pertisipatif dimana pengamat terlibat langsung pada kegiatan.Dan melalui kegiatan observasi ini pula penulis melakukan studi pendahuluan diman melalui teknik ini dapat melihat, mengenal dan mengidentifikasi masalah yang diteliti.

1. Angket

Angket adalah pengumpulan data yang berisi sejumlah pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden.Hal ini sejalan dengan pendapat yang diutarakan oleh Suharsimi Arikunto (2010: 151) yang menyatakan bahwa “Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui”.

Kuisioner berisi pertanyaan dan penyataan mengenai karakteristik koresponden, pengalaman koresponden pada Ciwawa *Bakery*. Langkah-langkah penyusunan angket adalah sebagai berikut:

1. Menyusun kisi-kisi atau daftar pertanyaan
2. Merumuskan item-item pertanyaan alternatif jawaban
3. Menetapkan pemberian skor untuk setiap item pertanyaan.

Dalam penelitian ini, setiap pernyataan dari angket terdiri 7 kategori sebagai berikut, alternatif jawaban tersebut diperhatikan pada tabel 3.3.

**TABEL 3.3**

**SKOR ALTERNATIF JAWABAN**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Alternatif Jawaban** | **Setuju / Baik** | **Rentang Jawaban** | **Tidak Setuju / Tidak Baik** |
| **7** | **6** | **5** | **4** | **3** | **2** | **1** |
| **Positif** |  |  |

Sumber: Husein Umar (2008:99)

1. Studi Literatur

Dengan teknik ini penulis berusaha untuk mencari informasi serta data baik berupa teori-teori, pengertian-pengertian dan uraian-uraian yang dikemukakan menurut para ahli sebagai landasan teoritis khususnya mengenai masalah dan variabel yang diteliti.

* 1. **Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas**

**3.7.1 Hasil Pengujian Validitas**

Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.(Sugiyono, 2010: 172)

Pendapat lain diungkapkan oleh Asep Hermawan (2008: 211) “Validitas data merupakan suatu proses penentuan apakah suatu wawancara dalam survei atau observasi dilakukan dengan benar dan bebas”.

Suharsimi Arikunto (2010: 168) mengemukakan bahwa;

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkatan kevalidan atau kesahihan suatu instrumen.Suatu instrument yang valid atau sahih mempunyai validitas yang tinggi.Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

 (Sugiyono, 2010: 248)

Keterangan:

*r* = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item

Y = Skor total

∑*x* = Jumlah skor dalam distribusi X

$∑y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

∑$x^{2}$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

∑$y^{2}$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

n = Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas responden ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika  maka, pertanyaan tersebut valid;
2. Jika  maka, pertanyaan tersebut tidak valid.

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa validitas tes ini adalah teknik korelasional biasa, yakni korelasi antara skor-skor tes yang divalidasikan dengan skor-skor tes tolak ukurnya dari peserta yang sama. Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan pada taraf kesalahan tertentu, artinya adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan, diuji dengan rumus statistik t sebagai berikut :

 (Sugiyono 2010:250)

Keterangan:

t = nilai t hitung

r = koefisien korelasi hasil t hitung

n = jumlah responden

Keputusan pengujian validitas menggunakan taraf signifikansi dengan kriteria sebagai berikut:

1. Nilai t dibandingkan dengan harga ttabel dengan dk = n-2 dan taraf signifikasi $α=0,05$
2. Jika thitung > t tabel maka instrumen dikatakan valid
3. Jika thitung $\leq $ t tabel maka instrumen dikatakan tidak valid

Hasil uji coba instrumen penelitian untuk variabel kualitas produkberdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 21 *for windows.*

**TABEL 3.4**

**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

| **No** | **Pernyataan** | **rhitung** | **rtabel** | **Keterangan** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Performance***  |
| 1 | Kepraktisan produk Ciwawa *Bakery* | 0,532 | **0,374** | Valid |
| 2 | Kelezatan Roti Ciwawa *Bakery* | 0,595 | **0,374** | Valid |
| 3 | Ketersediaan produk di Ciwawa *Bakery* | 0,582 | **0,374** | Valid |
| ***Durability*** |
| 4 | Daya tahan produk yang baik  | 0,754 | **0,374** | Valid |
| ***Conformance to specifications*** |
| 5 | Kesesuaian produk Ciwawa *Bakery* dengan harga | 0,757 | **0,374** | Valid |
| 6 | Kesesuaian warna produk yang baik  | 0,543 | **0,374** | Valid |
| ***Feature*** |
| 7 | Kekhasan rasa pada produk roti Ciwawa *Bakery* | 0,413 | **0,374** | Valid |
| ***Realibility*** |
| 8 | Kualitas bahan baku yang digunakan Ciwawa *Bakery* | 0,405 | **0,374** | Valid |
| 9 | Penggunaan bahan pengawet pada Poduk roti Ciwawa *Bakery* | 0,404 | **0,374** | Valid |
| ***Aesthetics*** |
| 10 | Desain bentuk roti Ciwawa *Bakery* | 0,486 | **0,374** | Valid |
| 11 | Penampilan roti Ciwawa *Bakery* | 0,608 | **0,374** | Valid |
| 12 | Kemenarikan roti Ciwawa *Bakery* | 0,630 | **0,374** | Valid |
| ***Perceived quality*** |
| 13 | Produk Roti Ciwawa *Bakery* dikenalbaik | 0,619 | **0,374** | Valid |
| ***Serviceability*** |
| 14 | Keramahan pemilik/ karyawan Ciwawa *Bakery* kepada konsumen | 0,611 | **0,374** | Valid |
| 15 | Merespon keluhan konsumen dengan baik | 0,389 | **0,374** | Valid |
| 16 | Ketepatan dalam melayani konsumen Ciwawa *Bakery* | 0,410 | **0,374** | Valid |

Berdasarkan Tabel 3.4 pada instrumen variabel kualitas produk dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi *Conformance to specifications* dengan item pernyataan kesesuaian produk Ciwawa *Bakery* dengan harga yang bernilai 0,757 sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi *Serviceability* dengan item pernyataan merespon keluhan konsumen dengan baik yang bernilai 0,389 sehingga dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya tinggi.

Hasil uji coba instrumen penelitian untuk variabel keputusan pembelianberdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 21 *for windows.* Menunjukkan bahwa item-item pernyataan dalam kuesioner valid karena skor rhitung lebih besar jika dibandingkan dengan rtabel yang bernilai 0,374.Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Tabel 3.5 sebagai berikut ini.

**TABEL 3.5**

**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN**

| **No** | **Pernyataan** | **rhitung** | **rtabel** | **Keterangan** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Product*** |
| 1 | Kemenarikan ragam produk | 0,519 | **0,374** | Valid |
| 2 | Kualitas setiap produk | 0,726 | **0,374** | Valid |
| ***Brand*** |
| 3 | Keputusan pembelian Roti berdasarkan kepercayaan merek Ciwawa *Bakery* | 0,585 | **0,374** | Valid |
| ***Dealer*** |
| 4 | Keputusan pembelian roti berdasarkan kemudahan menjangkau lokasi Ciwawa *Bakery* | 0,616 | **0,374** | Valid |
| ***Quality*** |
| 5 | Jumlah produk yang dibeli berdasarkan kualitas produk dari Ciwawa *Bakery* | 0,440 | **0,374** | Valid |
| 6 | Keputusan pemeblian berdasarkan frekuensi kebutuhan terhadap roti | 0,587 | **0,374** | Valid |
| ***Timing*** |
| 7 | Intensitas pembelian roti Ciwawa *Bakery*   | 0,514 | **0,374** | Valid |
| 8 | Keputusan pembelian produk roti berdasarkan waktu tertentu | 0,536 | **0,374** | Valid |

Berdasarkan Tabel 3.5 pada instrumen variabel keputusan pembelian dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi *product* dengan item Keputusan pembelian produk berdasarkan kualitas setiap produk yang bernilai 0,726 sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi *Quality* dengan item jumlah produk yang dibeli berdasarkan kualitas produk dari Ciwawa *Bakery* yang bernilai 0,440 sehingga dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya agak tinggi.

Hasil uji coba instrumen penelitian untuk variabel kualitas produkberdasarkan hasil perhitungan validitas dengan menggunakan taraf signifikansi item instrumen yang diuji dengan rumus statistik t sebagai berikut:

**TABEL 3.6**

**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN DENGAN MENGGUNAKAN TARAF SIGNIFIKANSI**

| **No** | **Pernyataan** | **thitung** | **ttabel** | **Keterangan** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Performance***  |
| 1 | Kepraktisan produk Ciwawa *Bakery* | 3,321 | **1,701** | Valid |
| 2 | Kelezatan Roti Ciwawa *Bakery* | 3,920 | **1,701** | Valid |
| 3 | Ketersediaan produk di Ciwawa *Bakery* | 3,787 | **1,701** | Valid |
| ***Durability*** |
| 4 | Daya tahan produk yang baik  | 6,071 | **1,701** | Valid |
| ***Conformance to specifications*** |
| 5 | Kesesuaian produk Ciwawa *Bakery* dengan harga | 6,133 | **1,701** | Valid |
| 6 | Kesesuaian warna produk yang baik  | 3,420 | **1,701** | Valid |
| ***Feature*** |
| 7 | Kekhasan rasa pada produk roti Ciwawa *Bakery* | 2,398 | **1,701** | Valid |
| ***Realibility*** |
| 8 | Kualitas bahan baku yang digunakan Ciwawa *Bakery* | 2,343 | **1,701** | Valid |
| 9 | Penggunaan bahan pengawet pada Poduk roti Ciwawa *Bakery* | 2,338 | **1,701** | Valid |
| ***Aesthetics*** |
| 10 | Desain bentuk roti Ciwawa *Bakery* | 2,941 | **1,701** | Valid |
| 11 | Penampilan roti Ciwawa *Bakery* | 4,050 | **1,701** | Valid |
| 12 | Kemenarikan roti Ciwawa *Bakery* | 4,290 | **1,701** | Valid |
| ***Perceived quality*** |
| 13 | Produk Roti Ciwawa *Bakery* dikenalbaik | 4,171 | **1,701** | Valid |
| ***Serviceability*** |
| 14 | Keramahan pemilik/ karyawan Ciwawa *Bakery* kepada konsumen | 4,085 | **1,701** | Valid |
| 15 | Merespon keluhan konsumen dengan baik | 2,234 | **1,701** | Valid |
| 16 | Ketepatan dalam melayani konsumen Ciwawa *Bakery* | 2,278 | **1,701** | Valid |

Berdasarkan Tabel 3.6 pada instrumen variabel kualitas produk dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi *Conformance to specifications* dengan item pernyataan kesesuaian produk Ciwawa *Bakery* dengan harga yang bernilai 6,133 sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi *Serviceability* dengan item pernyataan merespon keluhan konsumen dengan baik yang bernilai 2,234 sehingga dapat ditafsirkan bahwa instrument tersebut di atas valid.

Hasil uji coba instrumen penelitian untuk variabel keputusan pembelianberdasarkan hasil perhitungan validitas dengan menggunakan taraf signifikansi item instrumen yang diuji dengan rumus statistik t*.* menunjukkan bahwa item-item pernyataan dalam kuesioner valid karena skor thitung lebih besar jika dibandingkan dengan ttabel yang bernilai 1,701.Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Tabel 3.7 sebagai berikut ini.

**TABEL 3.7**

**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN DENGAN MENGGUNAKAN TARAF SIGNIFIKANSI**

| **No** | **Pernyataan** | **thitung** | **ttabel** | **Keterangan** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Product*** |
| 1 | Kemenarikan ragam produk | 3,215 | **1,701** | Valid |
| 2 | Kualitas setiap produk | 5,590 | **1,701** | Valid |
| ***Brand*** |
| 3 | Keputusan pembelian Roti berdasarkan kepercayaan merek Ciwawa *Bakery* | 3,816 | **1,701** | Valid |
| ***Dealer*** |
| 4 | Keputusan pembelian roti berdasarkan kemudahan menjangkau lokasi Ciwawa *Bakery* | 4,135 | **1,701** | Valid |
| ***Quality*** |
| 5 | Jumlah produk yang dibeli berdasarkan kualitas produk dari Ciwawa *Bakery* | 2,592 | **1,701** | Valid |
| 6 | Keputusan pemeblian berdasarkan frekuensi kebutuhan terhadap roti | 3,838 | **1,701** | Valid |
| ***Timing*** |
| 7 | Intensitas pembelian roti Ciwawa *Bakery*   | 3,172 | **1,701** | Valid |
| 8 | Keputusan pembelian produk roti berdasarkan waktu tertentu | 3,359 | **1,701** | Valid |

Berdasarkan Tabel 3.7 pada instrumen variabel keputusan pembelian dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi *product* dengan item Keputusan pembelian produk berdasarkan kualitas setiap produk yang bernilai 5,590 sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi *Quality* dengan item jumlah produk yang dibeli berdasarkan kualitas produk dari Ciwawa *Bakery* yang bernilai 2,592 sehingga dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya agak tinggi.

* + 1. **Hasil Pengujian Reliabilitas**

Uji reabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Reabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data, karena instrument tersebut sudah baik. Instrument yang sudah dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Menurut Suharsimi Arikunto (2010: 178) “Rebilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjuk pada tingkat kereladanan sesuatu”. Sedangkan menurut Sugiyono (2010: 172) “Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”.

Jika suatu instumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya.Pengujian reliabilitas kuisioner penelitian dilakukan dengan rumus *Cronbach Alpha*. Rumus Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian.

 (Husein Umar, 2008:170)

Keterangan:

 : reliabilitas instrumen

 : banyak butir pertanyaan atau butir soal

 : varians total

 : jumlah varian butir

Jumlah varian butir ditetapkan dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan seperti yang dipaparkan berikut ini. Rumus deviasi standar yang digunakan adalah sebagai berikut

(Husein Umar, 2008:147

Keterangan :

 = Harga varian total

 = Jumlah kuadrat total

= Jumlah kuadrat dari jumlah skor total

N = Jumlah responden Menghitung reliabilitas angket dengan rumus alpha

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisian internal seluruh item rhitung>rtabel dengan tingkat kesalahan 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisian internal seluruh item rhitung ≤ rtabel dengan tingkat kesalahan 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Berdasarkan hasil pengujian realibilitas instrumen yang dilakkukan dengan program SPSS 21 *for windows* diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini disebabkan rhitung lebih besar dibandingkan rtabel yang bernilai 0,374, hal ini dapat dilihat dalam Tabel 3.8 berikut ini:

**TABEL 3.8**

**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

| **No** | **Pernyataan** | **rhitung** | **rtabel** | **Keterangan** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Kualitas produk | **0,889** | **0,374** | Reliabel |
| 2 | Keputusan pembelian | **0,836** | **0,374** | Reliabel |

Sumber : Hasil pengelolahan data 2014

* 1. Rancangan Analisis Data

 Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

 Penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu:

1. Pengolahan data yang terkumpul dari hasil angket dapat dikelompokan ke dalam tiga langkah, yaitu: persiapan, tabulasi, dan penerapan data pada pendekatan penelitian.
2. Persiapan, yaitu mengumpulkan dan memeriksa kelengkapan lembar angket serta memeriksa kebenaran cara pengisian.
3. Melakukan tabulasi hasil angket dan memberikan nilai yang sesuai dengan sistem penilaian yang telah ditetapkan, menjumlahkan skor pada setiap item, serta menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian. Nilai yang diperoleh merupakan indikator untuk pasangan variabel bebas dan variabel terikat yang diasumsikan berhubungan linear.

**3.8.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif**

Data mentah yang telah terkumpul dari hasil angket atau survei lapangan harus diolah agar memperoleh makna yang berguna bagi pemecahan masalah. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh kualitas produk. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis deskriptif kualitas produk (X)

Variabel X terfokus pada penelitian kualitas produk yang indikatornya meliputi ukuran, *Performance Durability Conformance to specifications*, *Feature*, *Realibility*, *Aesthetics*, *Perceived quality*, *Serviceability*

1. Analisis deskriptif keputusan pembelian (Y)

Variabel Y terfokus pada penelitian keputusan pembelian yang meliputi *product, brand choice, dealer, quantity, timing.*

Penelitian ini menggunakan data interval seperti dijelaskan dalam operasional variabel sebelumnya. Besarnya koefisien korelasi diinterpretasikan dengan menggunakan Tabel 3.9 di bawah ini :

**TABLE 3.9**

**KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN**

| **No** | **Kriteria penafsiran** | **Keterangan** |
| --- | --- | --- |
| 1 | 0% | Tidak Seorangpun |
| 2 | 1% - 25% | Sebagian Kecil |
| 3 | 26% - 49% | Hampir Setengahnya |
| 4 | 50% | Setengahnya |
| 5 | 51% - 75% | Sebagian Besar |
| 6 | 76% - 99% | Hampir Seluruhnya |
| 7 | 100% | Seluruhnya |

 Sumber: Moch Ali (1985:84)

**3.8.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif**

Teknik analisa data yang digunakan untuk melihat pengaruh kualitas produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y) yaitu menggunakan analisis regresi linier sederhana dan analisis korelasi karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel.

Analisis tersebut untuk melihat besaran pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan skala pengukuran menggunakan skala *semantic differensial*. Menurut Sugiyono (2010:139):

skala *semantic differensial* digunakan untuk mengukur sikap, hanya bentuknya tidak pilihan ganda atau *checklist*. Tetapi tersusun dalam garis kontinum yang jawaban sangat positifnya terletak pada bagian kanan garis dan jawaban sangat negatif terletak pada bagian kiri garis atau sebaliknya. Data yang diperoleh adalah data interval. Responden yang memberikan penilaian dalam angka 7, berarti sangat positif, sedangkan memberi jawaban anka 1 berarti persepsi responden terhadap pernyataan itu sangat negatif.

1. **Uji Asumsi Normalitas**

Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, sebagaimana yang diungkapkan oleh Triton dalam Suliyanto (2006:76) “data sampel hendaknya memenuhi syarat distribusi normal.” Data yang mengandung data ekstrim biasanya tidak asumsi normalitas. Jika sebaran data mengikuti sebaran normal, maka populasi dari mana data diambil berdistribusi normal dan akan dianalisis menggunakan analisis parametrik. Pada penelitian ini, untuk mendeteksi data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan menggunakan *Normal Probability Plot.* Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila sebaran data terletak digaris diagonal pada *Normal Probability Plot* yaitu dari kiri bawah ke kanan atas. Pengujian kenormalan data juga dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smimov yang diolah menggunakan SPSS. Kriteria pengujian adalah jika signifikansi > 0,05 maka data dikatakan berdistribusi normal.

1. **Analisis Korelasi**

Tujuan perhitungan dengan menggunakan Analisi korelasi adalah untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Hubungan dua variabel terdiri dari dua macam yaitu hubungan yang positif dan hubungan yang negatif. Hubungan X dan Y dikatakan positif apabila kenaikan (penurunan) X pada umumnya diikuti oleh kenaikan (penurunan) Y.

Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut koefisien korelasi ( r ). Nilai koefisien korelasi paling sedikit -1 dan paling besar 1, artinya jika:

r = 1, hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekati 1, hubungan sangat kuat dan positif)

r = -1, hubungan X dan Y sempurna dan negatif (mendekati -1, hubungan sangat kuat dan negatif)

r = 0, hubungan X dan Y lemah sekali atau tidak ada hubungan.

Penentuan koefisien korelasi ( r ) dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi *Pearson (Pearson’s Product Moment Coefficient of Correlation)*, yaitu:

$r\_{xy}=\frac{n\left(∑xy\right)-(∑x)(∑y)}{\sqrt{\{n.∑x^{2}-(∑x)^{2}\}\{n.∑y^{2}-(∑y)^{2}\}}}$

 ( Suharsimi Arikunto : 2010:170 )

Keterangan :

*r*xy = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y, dua variabel yang dikorelasikan.

1. **Analisis Regresi Linear Sederhana**

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen yaitu kualitas produk dengan satu variabel dependen yaitu keputusan pembelian.Persamaan umum regresi linear sederhana adalah :

(Sugiyono, 2010: 260)

*Y = a + bX*

Dimana:

Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis regresi linier adalah sebagai berikut:

1) Mencari harga-harga yang akan digunakan dalam menghitung koefisien a dan b, yaitu:



2) Mencari koefisien regresi a dan b dengan rumus yang dikemukakan Sugiyono (2010: 273) sebagai berikut:

 a = atau 

 b = 

X dikatakan mempengaruhi Y, jika berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan nilai Y, artinya naik turunnya X akan membuat nilai Y juga naik turun, dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi. Namun nilai Y bervariasi tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X, karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya**.**

1. **Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi menunjukan bahwa besar pengaruh kualitas produk (variabel X) terhadap keputusan pembelian (variabel Y). Hasil dari perhitungan dinyatakan dalam batas-batas prosentase dari determinasi.

Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

 (Sugiyono, 2010: 210)

KD = r2 X 100%

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Kemudian untuk menafsirkan sejauh mana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembeliandigunakan pedoman interpretasi koefisien penentu dalam tabel. Nilai koefisien penentu berada di antara 0 -100%. Jika nilai koefisien penentu makin mendekati 100% berarti semakin kuat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Semakin mendekati 0 berarti semakin lemah pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Sehingga dibuat pedoman interpretasi koefisien penentu sebagai berikut:

**TABEL 3.10**

**PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI KOEFISIEN DETERMINASI**

| **Interval Koefisien** | **Hubungan**  |
| --- | --- |
| 0 - 19,99% | Sangat Lemah |
| 20% - 39,99% | Lemah |
| 40% -59,99% | Sedang |
| 60% - 79,99% | Kuat |
| 80% - 100% | Sangat Kuat |

 Sumber : Sugiyono (2010: 214)

**3.9 Pengujian Hipotesis**

Rancangan analisis untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan harus menggunakan uji statistik yang tepat. Hipotesis penelitian dapat diuji dengan mendeskripsikan hasil analisis regresi linier. Untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh (korelasi) antara variabel X dan Y digunakan rumus *student* (tstudent).

Adapun rumusnya adalah:



Keterangan :

t = distribusi *student*

r = koefisien korelasi *product moment*

n = banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

1. Jika ≤ , maka H0 diterima dan Ha ditolak

2. Jika > , maka Ha diterima dan H0 ditolak

Taraf kesalahan 0,1 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

Ho:ρ ≤ 0, artinya tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen roti Ciwawa *Bakery*.

Ha:ρ > 0, artinya terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen roti Ciwawa *Bakery*.

Adapun untuk membantu dalam pengolahan data dan pengujian hipotesis, dapat menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 21 dan dibantu *software microsoft excel.*